Ludolfo Paramio
Juan Manuel Iranzo
Ana de Miguel
Ildefonso Marqués Perales
Amparo Serrano
Luis Enrique Alonso
María Luz Morán
Fermín Bouza
Eduardo Romanos
Igor Sádaba

SOCIÓLOGOS CONTRA EL ECONOMICISMO

Enrique Gil Calvo
(coord.)

CATARATA

Ludolfo Paramio
Juan Manuel Iranzo
Ana de Miguel
Ildefonso Marqués Perales
Amparo Serrano
Luis Enrique Alonso
María Luz Morán
Fermín Bouza
Eduardo Romanos
Igor Sádaba

SOCIÓLOGOS CONTRA EL ECONOMICISMO

Enrique Gil Calvo
(coord.)

CATARATA

Ludolfo Paramio
Juan Manuel Iranzo
Ana de Miguel
Ildefonso Marqués Perales
Amparo Serrano
Luis Enrique Alonso
María Luz Morán
Fermín Bouza
Eduardo Romanos
Igor Sádaba

SOCIÓLOGOS CONTRA EL ECONOMICISMO

Enrique Gil Calvo
(coord.)

CATARATA

Índice

1. PRESENTACIÓN. EL SÍNDROME DE MERCADO COMO PATOLOGÍA SOCIAL
2. CAPÍTULO 1. ¿TODO MERCADO? EL IRRESISTIBLE ASCENSO DE LA COMPETITIVIDAD NEOLIBERAL. Enrique Gil Calvo
3. CAPÍTULO 2. EL TIEMPO DE LOS ECONOMISTAS. Ludolfo Paramio
4. CAPÍTULO 3. VENDER A TU MADRE: LA MERCANTILIZACIÓN DE LA NATURALEZA Y LA CRISIS ECOLÓGICA GLOBAL. Juan Manuel Iranzo
5. CAPÍTULO 4. DEL INTERCAMBIO DE MUJERES A LA MERCANTILIZACIÓN DE SUS CUERPOS. Ana de Miguel Álvarez
6. CAPÍTULO 5. EL MERCADO CON ATADURAS. Ildefonso Marqués Perales
7. CAPÍTULO 6. COLONIZACIÓN POLÍTICA DE LOS IMAGINARIOS DEL TRABAJO: LA INVENCIÓN PARADÓJICA DEL "EMPRENDEDOR". Amparo Serrano Pascual
8. CAPÍTULO 7. EL CONSUMO OBLIGATORIO O LA LÓGICA DE LA SOCIEDAD DE PAGO. Luis Enrique Alonso
9. CAPÍTULO 8. DE CIUDADANOS A CLIENTES: LOS OBSTÁCULOS PARA UNA NUEVA NARRATIVA SOBRE LA CIUDADANÍA EN EL CONTEXTO DE LA CRISIS. María Luz Morán
10. CAPÍTULO 9. ECONOMÍA, DESAFECCIÓN Y AGENDAS: ECONOMISTAS Y SOCIÓLOGOS A LA OTRO LADO DEL ESPEJO. Fermín Bouza
11. CAPÍTULO 10. REDES CONTRA MERCADOS: MEDIOS Y MODOS DE CORRDINACIÓN DE LOS NUEVOS MOVIMIENTOS SOCIALES.

Eduardo Romanos e Igor Sádaba

12. CAPÍTULO 11. CONTRA LA MERCADOTECNIA POLÍTICA. Enrique Gil Calvo

13. LOS AUTORES DE LA OBRA

14. NOTAS

Enrique Gil Calvo (coord.)

Sociólogos contra el economicismo

Ludolfo Paramio

Juan Manuel Iranzo

Ana de Miguel

Ildefonso Marqués

Amparo Serrano

Luis Enrique Alonso

María Luz Morán

Fermín Bouza

Eduardo Romanos

Igor Sádaba

DISEÑO DE CUBIERTA: PABLO NANCLARES

© DE LOS TEXTO, SUS AUTORES, 2016

© LOS LIBROS DE LA CATARATA, 2016

FUENCARRAL, 70

28004 MADRID

TEL. 91 532 20 77

FAX. 91 532 43 34

WWW.CATARATA.ORG

SOCIÓLOGOS CONTRA EL ECONOMICISMO

ISBNE: 978-84-1067-239-0

ISBN: 978-84-9097-233-5

DEPÓSITO LEGAL: M-36.687-2016

IBIC: JHB/KC

ESTE LIBRO HA SIDO EDITADO PARA SER DISTRIBUIDO. LA INTENCIÓN DE LOS EDITORES ES QUE SEA UTILIZADO LO MÁS AMPLIAMENTE POSIBLE, QUE SEAN ADQUIRIDOS ORIGINALES PARA PERMITIR LA EDICIÓN DE OTROS NUEVOS Y QUE, DE REPRODUCIR PARTES, SE HAGA CONSTAR EL TÍTULO Y LA AUTORÍA.

PRESENTACIÓN

EL SÍNDROME DE MERCADO COMO PATOLOGÍA SOCIAL

El campo de las ciencias sociales ha sufrido en los últimos decenios una severa inversión de sus relaciones jerárquicas. Hasta los años sesenta del siglo pasado predominaba un difuso sociologismo que explicaba casi todos los fenómenos como efecto de la clase o el medio social. Pero tras las sucesivas crisis surgidas a partir de 1973, y sobre todo tras el n de la guerra fría, se produjo el irresistible ascenso de la visión economicista de la realidad, que reduce todos los comportamientos a transacciones decididas en función del propio interés, según la dogmática versión neoliberal. Una visión que en un primer momento fue bastante bien recibida por la opinión pública, pues parecía coherente con el fuerte incremento del comercio global que se produjo en la última década del siglo pasado y en el primer lustro de este. Pero tras el impacto de la larga crisis bautizada como gran recesión, se han multiplicado las acciones de resistencia contra esta hegemonía de la mercantilización economicista, que ha terminado por extenderse a casi todas las relaciones sociales amenazando con desnaturalizarlas. Y la sociología crítica no podía quedarse al margen de esta coral protesta colectiva contra el injusto predominio del rampante economicismo neoliberal.

En este libro se ofrece un abanico de textos breves escritos por practicantes de la sociología en diferentes especialidades cuyo común denominador es la crítica a la mercantilización tanto en su vertiente teórica neoliberal como llevada a la práctica en distintos campos. Pero más allá de esa coincidencia común, el muestrario de posiciones metodológicas y estilos expositivos no podría ser más heterogéneo, componiendo así un mosaico donde se entremezclan desde las fábulas aforísticas hasta las disertaciones divulgativas o los alegatos de denuncia, pasando por los análisis académicos más o menos rigurosos que constituyen la tónica general.

Y dada esta diversidad de formas y contenidos, resulta bastante difícil ordenar los textos con algún sentido lógico sin caer en la arbitrariedad. Por eso, el coordinador abajo rmante ha optado por secuenciarlos con un criterio digamos por analogía que “cinematográ co” o asimilable, basado en la “profundidad de campo”. Para ello aparecen al comienzo los escritos que emplazan el objetivo de su cámara con un enfoque panorámico de “plano general”, describiendo a grandes rasgos el modo en que esta reciente oleada de mercantilización ha ido anegando a la sociedad occidental. Son los textos de Ludolfo Paramio, en clave de economía política, de Juan Manuel Iranzo, de ecología ambiental y de Ana de Miguel, en perspectiva de género, que siguen a la introducción general del coordinador. A partir de ahí, como cortinilla de cambio de escena se intercala un plano-secuencia de tipo divulgativo escrito por Ildefonso Marqués, que expone las principales críticas metodológicas que la nueva sociología económica ha formulado contra el imperialismo teórico de los economistas. A continuación se suceden en plano medio (de acuerdo al modelo de teorías de medio alcance propuesto por Merton) tres largos *travellings* que van recorriendo el impacto evolutivo de la mercantilización sobre tres campos sociales especí cos: las políticas de empleo por Am paro Serrano, el consumo por Luis Enrique Alonso y la ciudadanía por María Luz Morán. Enseguida se intercala otro nuevo plano-secuencia que sirve de cortinilla o fundido en negro: es la fábula de Fermín Bouza sobre cómo la agenda mediática española re eja y refracta las relaciones entre sociedad y economía articuladas por la desafección política. Y a partir de allí nos quedamos con una secuencia de campo/contracampo donde se alternan en primer plano dos modos alternativos de analizar la protesta popular contra la mercantilización aplicándolos al caso español: el de Eduardo Romanos e Igor Sádaba sobre las movilizaciones del movimiento de los indignados y el del coordinador de este libro sobre el descrédito de la clase política y el consiguiente surgimiento reactivo de nuevos partidos emergentes.

A continuación se describirá mínimamente el contenido de cada capítulo para que el lector pueda compararlos entre sí haciéndose su composición de lugar. "¿Todo mercado?" es una suerte de panorama desde el puente a cargo del coordinador donde se describen a grandes rasgos tanto el surgimiento y desarrollo de esta oleada de mercantilización como los principales ángulos y aristas del problema planteado. Le sigue "El tiempo de los economistas" escrito por Ludolfo Paramio, un relato sintético del ascenso del neoliberalismo teórico y de la autonomía de los mercados nancieros, en cuyo clima se gestó la múltiple burbuja especulativa que había de estallar generando la gran recesión. A partir de ahí, prosigue el autor, los gobiernos se mostraron incapaces de controlar el curso de la crisis, cuyos peores efectos se intensi caron por la errónea política de austeridad implantada tecnocráticamente en Europa. Y el grave deterioro económico con su consiguiente malestar social provocó como reacción una indignada desafección ciudadana de la que emergieron contrapuestos populismos radicales que contribuyeron a desautorizar todavía más la política democrática.

Por su parte, el escrito de Juan Manuel Iranzo "Vender a tu madre: la mercantilización de la naturaleza y la crisis ecológica global" expone una fábula ecológica que narra en forma de parábola el mito de un Edipo prometeico que después de violar a su madre, la naturaleza, la prostituye vendiéndola al mejor postor en el mercado de la competición por el poder y el estatus. Es la trayectoria en forma de parábola que traza la modernización industrial que hoy amenaza al planeta con la gran crisis ecológica global. Y para conjurarla se ha proyectado la gran narrativa del desarrollo sostenible que, tras las cumbres de Río, Kyoto y París, pretende evitar a tiempo su ineluctable estallido nal. Pero ¿cuál es el motor que nos empuja hacia el abismo, y cómo detenerlo? ¿Quién hace de escorpión en esta fábula del alacrán antrópico y la rana ambiental?: ¿la tecnología o el mercado, encerrados como están en un dilema del prisionero que les atrapa y encadena con su círculo vicioso? La respuesta del autor es que ese *deus ex machina* es la sociedad, es decir, el etnocentrismo de la "nosotridad" de Tomasello, que nos empuja a intensi car la competición por el poder y por el estatus a escala universal.

En cuanto al de Ana de Miguel, "Del intercambio de mujeres a la mercantilización de sus cuerpos", es un recorrido panorámico por los principales efectos de la mercantilización sobre la desigualdad de género, que ha visto incrementada la sujeción de las mujeres a las demandas del consumidor masculino. Es el retorno del sexismo en nombre del mito de la libre elección, que justi ca el consentimiento de las mujeres a ser objeto de sumisión y violencia simbólica. Así, del eslogan feminista "lo personal es político" se ha pasado al eslogan neoliberal (y machista) "no es nada personal, solo son negocios". Así ocurre en campos tan diversos como la prostitución, la pornografía, la publicidad, la industria de la belleza y moda, la cirugía estética, etc., como actividades normalizadas que encubren la cara oculta y muchas veces criminal de la mercantilización de las mujeres, sometidas por la fuerza o la necesidad al trá co sexual. Todo gracias a la mercantilización del capital erótico enaltecido por su ideóloga neoliberal Kate Hakim, que reduce a las mujeres a emprendedoras de su propio atractivo físico para inducirlas a rentabilizarlo en los mercados laborales, matrimoniales y mediáticos.

"El mercado con ataduras" de Ildefonso Marqués es un texto divulgativo de introducción a la crítica que la "nueva sociología económica" (NSE) ha formulado contra el modelo neoliberal de racionalidad e ciente por fundarse en dos falaces peticiones de principio: (1) la acción individual (agencia) en competición por la máxima utilidad e ciente y (2) la situación de mercado como "estado de naturaleza" constituido por las leyes de la demanda y la oferta. Pero semejante modelo presenta límites insalvables en sus dos presupuestos. El agente racional está constreñido por límites tanto individuales (obstáculos temporales, cognitivos y emocionales) como sociales (desigualdad de recursos entre los agentes e información incompleta y asimétrica). Y el mercado no se autorregula porque está sobredeterminado por los tres grandes descubrimientos aportados por la NSE: la "incrustación" estructural de Granovetter, que sujeta a los agentes individuales encadenándolos con redes de lazos tanto fuertes como débiles; el capital social, pues sin relaciones de con anza no puede haber competencia de mercado, y la dependencia de la senda, pues todas las actuaciones previas actúan como precedentes performativos, ejerciendo efectos retardados que predeterminan las prestaciones futuras.

Amparo Serrano analiza en su capítulo "Colonización política de los imaginarios del

trabajo" las políticas de empleo sometidas al impacto de la mercantilización. Partiendo de la protección pública frente a los fallos del mercado, como la precariedad y el desempleo, han terminado por responsabilizar personalmente a cada trabajador, especialmente a los jóvenes, acusados por la hegemonía neoliberal de refugiarse en la dependencia familiar y estatal. Y las soluciones propuestas por las autoridades europeas fueron evolucionando desde la empleabilidad y la activación individual hasta la exiseguridad y el emprendimiento, erigido en el principal escudo ideológico de las políticas de empleo. Lo que oculta múltiples falacias, pues el mercado deja de ser entendido como el problema (causante del paro) para erigirse en la solución (creación de empleo), el trabajo por cuenta ajena (salariado) queda devaluado como indigno de respaldo público para entronizar el trabajo por cuenta propia (emprendimiento) como único merecedor de apoyo estatal, y la protección colectiva de los derechos laborales resulta criminalizada (como rigidez de mercado) para pasar a de nir el empleo como una responsabilidad personal de cada trabajador individualizado, que en nombre de la libertad y la propia autonomía (atribuida al emprendedor ideal) queda sometido a la sujeción, la disciplina y la dependencia del mercado. Lo cual implica privatizar a los sujetos sociales, "desincrustándolos" de las posiciones que ocupaban en sus redes estructuradas de sociabilidad.

"El consumo obligatorio o la lógica de la sociedad de pago" de Luis Enrique Alonso es un análisis de las severas transformaciones impulsadas por la mercantilización sobre los actos de consumo, que de buscar la satisfacción de necesidades básicas (por su valor de uso) o creadas (por la publicidad), han pasado a exigir un costoso esfuerzo activo, convirtiendo a los bienes de consumo en bienes de inversión personal (biográ ca) y social (interactiva). Y eso debido a que la realización personal y la propia identidad ya no dependen de la actividad laboral o productiva sino del estilo diferencial de vida adquirido como demandante de mercado. Así, al igual que veíamos con Amparo Serrano cómo el neoliberalismo responsabiliza a cada trabajador de su propia carrera laboral, también vemos aquí cómo la mercantilización responsabiliza a cada consumidor de su propia biografía social. Para ello, el texto repasa la evolución desde el consumo de masas al consumo de nichos personalmente diferenciados, del consumo de clase media jerarquizado por el esnobismo burgués al consumo *low cost* de obsolescencia programada, y del consumo pasivo de bienes consumados a la desintermediación del consumo, entendida como participación activa de los consumidores (a través de las nuevas tecnologías y las redes sociales) en la producción de sus propios actos de consumo (lógica del "hágalo usted mismo"), como herramientas necesarias para competir en el mercado interactivo de la exhibición y ostentación ante los demás, que ha hecho del *sel e* su principal imagen de marca individual *(personal brand)*. Todo ello con un precio a pagar evidente, y es el de que el trabajoso acto de consumir se ha convertido en un simulacro vicario, convirtiendo a los consumidores en "no-personas", es decir, en meras imágenes re ejadas en pantallas virtuales.

En su capítulo"De ciudadanos a clientes" María Luz Morán presenta un análisis de la deriva trazada por el concepto de ciudadanía, que se ha visto afectado tanto por la irrupción en los años ochenta de la mercantilización neoliberal como por el reciente impacto de la crisis político-institucional derivada de la gran recesión. Para ello se parte del modelo clásico de ciudadanía asociado a los derechos sociales, propuesto tras la Segunda Guerra Mundial como forma de resolver la con ictividad social mediante la política de bienestar *(welfare)* que reducía las desigualdades y generaba cohesión social. Pero en los añpos ochenta surge como reacción el modelo neoliberal, que denuncia la crisis scal del *welfare* y condena la irresponsabilidad de los trabajadores por su dependencia de los derechos sociales, reclamando el desarme de la protección estatal en bene cio de la primacía del mercado y reduciendo la ciudadanía a mero clientelismo contractual. En ese contexto aparece como contrapunto el modelo de ciudadanía multicultural, que reivindica los derechos ciudadanos derivados de las identidades diferenciales de género, etnia, confesión, identidad, *etc.* Finalmente, como síntesis de esos tres modelos (clásico, neoliberal y multicultural) se propone a partir de Giddens el modelo llamado de "tercera vía", que pretende fundar el contractualismo de la cohesión social tanto en la responsabilidad individual de los ciudadanos como en los mecanismos meritocráticos de mercado. Pero ese modelo de ciudadanía social-liberal entra en una crisis irresoluble tras la irrupción a partir de 2007 de la gran crisis económica en la que seguimos inmersos, cuyas secuelas de recortes de derechos generan una rampante desigualdad social y

una grave desafección política, lo que refuta en consecuencia el modelo contractual de ciudadanía. Es la quiebra del pacto entre el Estado, el mercado y los ciudadanos lo que arruina la cohesión social, genera con ictividad y provoca la indignación social, haciendo emerger los contrapuestos populismos antisistema. Pero de esta quiebra del modelo de ciudadanía contractual todavía no han surgido nuevas propuestas constructivas, más allá de la airada denuncia contra el desacreditado "ciudadanismo" o cial.

"Economía, desafección y agendas", de Fermín Bouza, es un relato aforístico entre delicioso y delirante sobre la desafección ciudadana provocada entre los españoles por la respuesta gubernamental ante la crisis económica. Para ello se utiliza como metáfora el espejo de Alicia *en Wonderland* para simbolizar la "agenda mediática" entendida como tratamiento efectuado por los medios informativos, que re ejan el efecto producido por los fallos del mercado y el Estado (la gran recesión y la política de austeridad) sobre la percepción de la ciudadanía. De este modo, a este lado del espejo mediático se halla la imperceptible realidad objetiva, donde la economía es la causa explicativa determinante en última instancia (según la tantas veces citada sentencia de James Carville: "es la economía, estúpido"). Mientras que al otro lado del espejo mediático habita la realidad percibida por la ciudadanía, una vez reinterpretada y resigni cada en clave sociopolítica, generadora de malestar social y desafección política como emociones dominantes. Es el efecto refractario del re ejo mediático que revierte el sentido de la echa de la causalidad, quedando invertido el predominio jerárquico de una ciencia sobre las otras, como demuestra el hecho de que la inestablidad política esté bloqueando la de nitiva salida de la crisis.

Por su parte Eduardo Romanos e Igor Sádaba, en el capítulo"Redes contra mercados", analizan el recurso a las TIC por parte del ciclo de protesta español iniciado con el 15M, cuya fuerza motriz es la resistencia activa contra la mercantilización de la política. Un ciclo en clara continuidad con el movimiento antiglobalización culminado en Seattle, pero que frente a este presenta una doble especi cidad. Por un lado, de la movilización transfronteriza se pasa a la reivindicación del propio espacio público, con la regeneración democrática y la defensa de los derechos sociales amenazados como objetivos prioritarios. Y por otro lado, de la "acción colectiva" (limitada por el dilema del *free rider* para cuya superación hay que distribuir incentivos selectivos) se pasa a la "acción conectiva", cuyo mejor incentivo selectivo es la propia participación en las redes conectoras y movilizadoras. Pero esta acción conectiva presenta una doble paradoja limitadora. La primera es que participar en las redes movilizadoras exige a los activistas mercantilizarse aunque sea bien a su pesar. Y la segunda es que, una vez mercantilizada, la acción conectiva tiende a erosionar y disolver los compromisos vinculantes incondicionales (los lazos "lazos fuertes" de Granovetter) para sustituirlos por lazos laxos, efímeros y "débiles".

Finalmente, "Contra la mercadotecnia política" representa el último elemento de esta colección de visiones antieconomicistas, ofreciendo una postrera aportación del coordinador que no aspira a proponer ninguna conclusión general, a modo de moraleja o desenlace, sino tan solo un mero punto y seguido, destinado a cerrar provisionalmente esta serie de críticas a la mercantilización, en este caso contra la mercantilización política. Para ello se repasa (con la inestimable ayuda del nado Peter Mair como principal guía orientativa) la evolución del modelo dominante de partidos políticos que se ha venido sucediendo en la corta historia de la democracia representativa de corte occidental, del partido de cuadros al partido de masas, de este al partido cártel, y de aquí al partido *low cost*, con una aplicación especí ca al singular caso español. Una evolución cuyo agente catalizador ha sido el surgimiento del márketing electoral como principal factor de desarrollo pero también de regresión cívica.

CAPÍTULO 1

¿TODO MERCADO? EL IRRESISTIBLE ASCENSO DE LA COMPETITIVIDAD NEOLIBERAL

ENRIQUE GIL CALVO

¿Cuándo comienza esta historia, en qué momento se torcieron las cosas? Volvamos la vista atrás. Hace treinta años se lanzó en España una sorprendente campaña publicitaria destinada a obtener un éxito descomunal. El producto anunciado era un vulgar detergente doméstico, el archiconocido "bote de *Colón*" que Alaska y los Pegamoides habían llevado a la gloria de la movida madrileña con su canción de 1982. Pero tres años después la compañía fabricante, S.A. CAMP, amenazaba con entrar en quiebra, ante su incapacidad como pequeña empresa familiar para competir con los gigantes multinacionales del sector (Procter & Gamble, Henkel y Lever). Y para salir del agujero charon a un mánager recién llegado de EE UU, Manuel Luque, quien tras reestructurar la compañía ideó una campaña de publicidad miméticamente inspirada en el modelo de Lee Iacocca (el creador del Ford Mustang en 1964), que acababa de re otar la quebrada compañía automovilística Chrysler. En consecuencia, el anuncio televisivo incluía una doble novedad; el protagonista del anuncio era el propio Manuel Luque, director general de Camp, quien al frente de una representación de sus empleados se dirigía directamente a la cámara para jar sus ojos en el telespectador como si fuera un político en campaña electoral. Y, además, el mensaje que transmitía al público no cantaba las alabanzas del producto sino que planteaba un imperativo moral en forma de admonición o exhorto: "Busque, compare y si encuentra algo mejor, cómprelo".

El resto es historia, pues como registran todos los manuales de márketing, el impacto comercial de los anuncios fue brutal. Tanto, que en casi cuatro años (septiembre de 1985 a junio de 1989) la compañía Camps, de estar en quiebra con una deuda de 11.000 millones de pesetas (66 millones de euros), fue vendida tras sanearse a una empresa alemana (Benckinser) por 36.000 millones de pesetas (216 millones de euros). Pero si cito aquí esta anécdota no es por tratarse de un hito empresarial o publicitario sino por el nuevo marco mental *(frame)* que implicaba su mensaje ideológico. La frase "busque, compare y si encuentra algo mejor, cómprelo" fue leída e interpretada no solo como lo que objetivamente pretendía ser, un e caz eslogan comercial, sino como algo mucho más in uyente, que transcendía su carácter de anuncio publicitario para convertirse en una moraleja aforística, un proverbio moral o, en de nitiva, un imperativo categórico.Y si la anécdota mercantil se interpretó como una categoría moral (un encuadre cognitivo capaz de ejercer dominación simbólica o hegemonía cultural) fue porque así lo demandaba el espíritu de los

tiempos, dado el contexto social en que tuvo lugar la afortunada campaña de publicidad, pues por entonces estaba naciendo y llegando hasta nosotros la primera oleada globalizadora de la mercantilización neoliberal.

LA APERTURA AL MERCADO EXTERIOR

Situémonos en aquel contexto histórico. Hace treinta años, el 1 de enero de 1986, se producía el ingreso efectivo de España en la Comunidad Económica Europea (CEE: nuevo nombre del antiguo Mercado Común y anterior avatar de la actual Unión Europea), tras la rma por el presidente González del Tratado de Adhesión el 12 de junio de 1985. Y la tan ansiada integración europea generó unas impresionantes oportunidades de negocio para nuestra economía, permitiéndola salir de nitivamente de la grave crisis depresiva iniciada doce años antes con el *shock* del petróleo y la transición democrática. Así se abrió un lustro largo de alto crecimiento económico (1985-1991), coronado con los dos magnos acontecimientos de 1992 (la Exposición Universal de Sevilla y los Juegos Olímpicos de Barcelona), que de nuevo estuvo presidido por la célebre máxima del "¡enriqueceos!" de Guizot (primer ministro de Felipe de Orleans que lideró el liberalismo francés hasta la Revolución de 1848).

No fue ese el único periodo de alto crecimiento económico de la España reciente, tras la salida de la autarquía franquista de la posguerra, pues ha habido otros dos más intensos y más prolongados. El primero fue el *desarrollismo*, durante el llamado *milagro económico* español que se produjo de 1961 a 1973, cuando los *Planes de Desarrollo* de los tecnócratas del franquismo lograron impulsar, por n, la de nitiva industrialización de España. Y como consecuencia se produjo un masivo proceso de éxodo rural y emigración tanto interior (a Madrid, Cataluña o País Vasco) como exterior (a Francia, Suiza, el Benelux y Alemania), con un sostenido proceso de urbanización, salarización y escolarización que potenció extraordinariamente las clases medias urbanas. Una España que así se convertía en una sociedad de nuevos ricos presidida por buenas oportunidades y todavía más altas expectativas de ascenso social. Fue la España sumamente hortera del turismo, de la televisión y del "landismo" (por las películas protagonizadas por Alfredo Landa), que recién salida de las cornadas del hambre se las prometía muy felices porque parecía bendecida por un inagotable cuerno de la abundancia. Aunque pronto se vio que

todo era un burdo espejismo, en cuanto la crisis del petróleo iniciada en 1973 acabó con el desarrollismo, como inicio de una profunda depresión que habría de durar más de dos lustros, y, sobre todo, cuando estalló la crisis política tras la muerte de Franco, que abría una incierta transición hacia la futura democracia.

Y el otro periodo de alto crecimiento fue posterior y mucho más reciente, pues me re ero al *boom* de la llamada *nueva economía* que se dio a partir de 1995, tras la recuperación de la crisis económica de 1992, y que habría de durar hasta 2007, cuando se desencadenó en 2008 la devastadora crisis nanciera internacional conocida como Gran Recesión, en cuyos últimos coletazos todavía nos encontramos. La *nueva economía* se llamó así porque se creyó que había superado para siempre los ciclos económicos recesivos, impulsada por la expansión inde nida del mercado global a partir de la revolución de las nuevas tecnologías de la información. Fue la edad de oro del capitalismo nanciero y la globalización neoliberal, que generó otra Belle Époque nisecular como la ocurrida un siglo antes durante la era del imperialismo colonial en vísperas de la Gran Guerra. Y que también ahora habría de hundirse en el vacío tras el estallido en 2001 de la burbuja tecnológica de las empresas *punto.com* y el posterior estallido en 2007 de la crisis de las hipotecas *sub prime*. Pero entretanto el "¡enriqueceos!" se erigió en el imperativo categórico de todo el mundo occidental. E igual ocurrió entre nosotros con el "España va bien" del presidente Aznar (1996-2004), cuyos gobiernos estimularon la doble burbuja especulativa tanto nanciera como inmobiliaria que habría de alimentar las desmedidas aspiraciones de encumbramiento de una sociedad mesocrática de nuevos ricos encelados por el afán de lucro del individualismo posesivo.

Pero frente a esos dos periodos anterior y posterior de alto crecimiento, el que aquí se comenta de 1985 a 1992 cobra una signi cación especial porque estuvo presidido por la de nitiva apertura de España a su integración europea. Gracias a ello, la segunda mitad de la década de los años ochenta volvió a ser una época de vacas gordas, lo que permitió al in uyente ministro de Economía del Gobierno socialista, Carlos Solchaga, pronunciar su célebre frase: "España es el país donde es más fácil enriquecerse en menor tiempo". Fue la época dorada de la llamada "cultura del pelotazo", donde la gura del empresario triunfador y el hombre de negocios súbitamente enriquecido se erigió en el nuevo modelo social digno de envidia y admiración, que entronizaba a personajes tan dudosos moralmente como los Albertos (Cortina y Alcocer) o Mario Conde, a los que rodeaban una fauna de parásitos aduladores y corifeos clientelares adictos al papel cuché a la que se retrató irónicamente con el

remoquete de *beautiful people*.

Pero todavía más signi cativo que el mero enriquecimiento colectivo fue el hecho de que esa etapa centrada en 1986 estuvo presidida por el impacto neoliberal de la revolución conservadora iniciada en 1980 por Thatcher y Reagan, que preconizaron la disolución de la sociedad de clases para fundar un capitalismo popular basado en la primacía del libre mercado. Más adelante retomaré el análisis del neoliberalismo como motor ideológico del actual proceso de mercantilización. Pero antes quiero recordar que ese *zeitgeist* o espíritu de la época, marcado por el inicio de la revolución neoliberal, es lo que mejor explica el triunfo moral del eslogan de Camp ("busque, compare y si encuentra algo mejor, cómprelo") como regla de oro de la triunfante sociedad de mercado.

Tras el ingreso en la CEE en 1986, los españoles empezamos a sentirnos "normales" y comparables a los demás europeos por primera vez en muchos años, pudiendo competir y medirnos de igual a igual con ellos. Es verdad que veinte años antes, durante el desarrollismo de la década de losaños sesenta, también se produjo otra eclosión semejante de enriquecimiento súbito, al compás del *boom* de la exportación, la construcción y el turismo que acabamos de ver. Pero por entonces, España continuaba estando moral y políticamente aislada del exterior, por lo que no había forma todavía de compararse con los modelos foráneos, quedando los españoles marcados por el sambenito del complejo de inferioridad. Pues la única forma de relacionarse con el milagro europea era como clase de servicio migrante, según el ejemplo de películas costumbristas como *Españolas en París* (Roberto Bodegas, 1971) o *Vente a Alemania, Pepe* (Pedro Lazaga, 1971). De ahí que el eslogan "busque y compare", de haber sido usado en aquella época, no habría podido tener el mismo sentido cosmopolita que tuvo a partir de 1986, cuando ya fue posible compararse de tú a tú con el resto de los europeos.

Por eso puede decirse que la plena integración de España en los mercados externos se produjo en dos etapas. La primera en el lustro 1986-1990, cuando aprendimos a compararnos con los modelos foráneos de acuerdo al simbólico ejemplo del eslogan "busque y compare" imitado de Lee Iacocca. Y la segunda quince años después, en la siguiente eclosión del enriquecimiento súbito, primero con la burbuja tecnológica de las empresas "punto.com" (al nal de la década de los años noventa) y después con el *boom* especulativo de la burbuja inmobiliaria (en la primera década del siglo XXI), cuando vuelven a darse las condiciones favorables a la competencia de mercado donde todos aspiran a compararse con los demás para emular y ostentar sus

signos externos de riqueza: el chalet en la urbanización privada, el todo terreno diésel, los artefactos tecnológicos de última generación, a ser posible de marca *Apple*… Una sociedad que de nuevo entendía el signi cado moral del eslogan "busque y compare", pues por entonces el "España va bien" de Aznar se embarcaba con sus telefónicas, sus constructoras y sus nancieras a la nueva conquista de América Latina, una vez asumida la normalización con nuestros vecinos europeos tras el ingreso en la moneda única: ese mismo euro que nos permitía sentirnos comparables o incluso superiores a casi todos nuestros competidores.

LA SOCIEDAD ASPIRACIONAL

Retornemos, pues, al eslogan introducido en España en 1986 ("busque, compare y si encuentra algo mejor, cómprelo"), que expresa con una precisa fórmula magistral la supuesta soberanía del consumidor que preside la sociedad de mercado. Una utopía de competencia perfecta que garantiza la a uencia universal de todos los agentes individuales, nivelando por igual a compradores y vendedores pero a costa de ocultar la creación por la publicidad de falsas necesidades arti ciales, según la célebre denuncia de John Kenneth Galbraith en su libro *The Af uent Society* (1958), traducido entre nosotros como *La sociedad opulenta* (Galbraith, 2004). Pero aquí no me voy a centrar en la crítica de la demanda super ua inducida por el márketing de consumo, también revelada por el exhorto nal del eslogan de marras (cuyo signi cado vendría a ser "¡comprad, comprad, malditos!", paráfrasis del célebre título cinematográ co), sino en la admonición que gura en su inicio, prescribiendo compararse con los demás. Este es, a mi entender, el sentido más subliminal y perverso del mensaje a considerar.

Y digo perverso porque la máxima se presenta en apariencia como un compendio de mera racionalidad instrumental: busque la alternativa que le parezca mejor. O como se diría hoy: seleccione la opción que resulte más e caz y e ciente. Es el imperativo categórico del *homo economicus*, movido no tanto por el propio interés egoísta, o por el afán de lucro personal, como por la búsqueda de la máxima utilidad. Pero la clave de semejante maximización utilitarista es que ha de basarse en la comparación entre bienes o valores alternativos: "busque, compare y elija". Ahora bien, lo que se oculta es que esa comparación actúa por partida doble, pues lo que se compara no son

solo los bienes, los medios o los recursos a seleccionar (de acuerdo al postulado aristotélico de racionalidad) sino también los nes, las preferencias o los objetivos a alcanzar.

Se presume que la búsqueda de utilidad debe ser individual, a partir de unas preferencias personales autodeterminadas de antemano, ya sea que se opte por la inversión o el consumo, por la riqueza o el ocio, por el ahorro o el gasto. Pero en realidad no es así, pues la elección de las propias preferencias también se produce tras un proceso de comparación con las preferencias adoptadas por los demás. Y ello tanto si es para imitar y emular las preferencias ajenas, según el modelo del *deseo mimético* postulado por René Girard (1985), como si es para recusarlas adoptando otras más distintivas y selectas, de acuerdo al principio de *distinción* analizado por Pierre Bourdieu (1988). Es lo que Mary Douglas (1998), en su análisis de las decisiones de consumo, caricaturizó con la fórmula "ni muerta me dejaría ver con eso puesto". Lo que también podría de nirse como "aversión mimética" parafraseando en sentido inverso la fórmula de Girard.

Pero reparemos en los planteamientos de Mary Douglas. Para esta autora, existen cuatro estilos o "tipos culturales" posibles. El estilo jerárquico, que asume por esnobismo deferente las preferencias normativas de las elites sociales. El estilo sectario, que obedece por conformismo las señas de identidad comunitaria de un enclave segregado. El estilo innovador, que trata por vanguardismo de anticiparse a la última novedad en busca de notoriedad. Y el estilo asocial, que adopta por retraimiento un mosaico de rasgos inconexos, contradictorios y eclécticos. Pero sea cual fuere el estilo preferido, todos se adoptan tras un proceso inconsciente o deliberado de comparación con los demás: imitas a tus grupos de referencia, te identi cas con tu grupo de pertenencia, emulas o imitas a tus competidores, o te resistes a seguir cualquier norma ajena. En todos los casos, buscas, comparas y adoptas o rechazas los ejemplos externos.

En suma, la formación de preferencias resulta siempre un proceso relacional que se desarrolla por comparación al comportamiento ajeno que sirve de término de referencia, ya sea para plegarse o para resistirse a él, para con rmarlo y reproducirlo, o para rechazarlo y refutarlo. Y esta evidencia fundada en el principio de comparación se deduce también del cálculo del bienestar (o el malestar), que solo puede evaluarse al compararse con los demás. Los bienes poseídos (y los males padecidos) solo producen satisfacción (o se soportan con resignación) cuando parecen superiores (o inferiores) a los que atesoran (o sufren) los demás. Por eso, para saber si nos sentimos bien

necesitamos compararnos con los otros, que son quienes determinan la economía política de nuestra felicidad. Y de ahí se deriva el que las sociedades más igualitarias, como las del norte de Europa, sean también las que se sienten más felices en términos de satisfacción personal, ya que tienen poco que compadecer o que envidiar a sus conciudadanos. Y en sentido contrario, las sociedades más desiguales son las que generan más infelicidad e insatisfacción personal, dado que la mayoría de la población se siente desgraciada por comparación con la escasa minoría que posee y atesora muchos más bienes que ellos.

Lo que viene a demostrar que la envidia es el fundamento de la sociedad de mercado, pues para perseguir nuestro propio bene cio debemos compararlo con el de los demás. Fue René Girard quien hizo de la envidia entendida como deseo mimético el motor del comportamiento social. Y ha sido Jean-Pierre Dupuy (1998), un seguidor de Girard, quien ha hecho de la envidia el fundamento del neoliberalismo, lo que refuta y desmiente su presunto individualismo metodológico. Los sujetos neoliberales (es decir, el *homo economicus*) no son átomos o mónadas individualistas sino por el contrario partículas elementales (como los electrones libres) necesitadas de conectarse a los demás sujetos, a los que envidian y con los que se comparan para poder competir con ellos tratando de superarles. Este es, en esencia, el sentido último de la máxima de Iacocca replicada por Manuel Luque: "busque, compare y si encuentra algo mejor, aspire a ello". Es decir, mídase con los demás y aspire a superarlos, o al menos a igualarse con ellos.

EL ADVENIMIENTO DE LA DISOCIACIÓN POSINDUSTRIAL

Ahora bien, para poder encontrar otros objetos que desear y otros sujetos con los que compararse, hace falta que puedas relacionarte con ellos, superando o atravesando las barreras que pudieran impedirlo. En la sociedad segmentaria, en la sociedad de clanes, en la sociedad de castas, en la sociedad estamental o en la sociedad de clases, esa comparación envidiosa o competidora de unos sujetos con otros solo puede producirse dentro del grupo, dentro del clan, dentro de la casta, dentro del estamento o dentro de la clase social, pues no hay posibilidad alguna de comparación externa ni por tanto se puede aspirar a lograr esos estatus externos que resultan inalcanzables. Un siervo de la gleba, un burgués o un villano no podían compararse con

un hidalgo gentilhombre, con un aristócrata señorial ni con un miembro de la nobleza. Mientras que en la sociedad de mercado con competencia perfecta la comparación ha de ser universal y abierta por igual a todos, sin fronteras ni barreras de ningún género que puedan limitar o impedir el proceso de comparación de unos sujetos con otros. Y por eso se denomina mercantilización al proceso por el que los sujetos antes aislados y limitados por barreras segmentarias, estamentales, clasistas o sectarias van viendo cómo esas barreras se levantan, se disuelven o se abren hasta quedar todos ellos expuestos a la comparación universal, en una abierta y transparente sociedad de mercado donde pueda realizarse la máxima moral: "busque, compare y si encuentra algo mejor, aspire a lograrlo".

La aparición del moderno capitalismo manufacturero se debió precisamente a la primera mercantilización laboral de los "trabajadores libres" analizada por Marx. En la economía campesina tradicional, los trabajadores agrarios estaban sujetos a la tierra que cultivaban y en la que vivían como aparceros, dentro de un sistema de propiedad familiar, feudal o comunitaria. Pero tras las *enclosures* o cercamientos de los predios que a partir de la Guerra Civil crearon la propiedad privada capitalista, esos trabajadores agrarios fueron expropiados y expulsados de sus tierras para quedar "liberados" de su anterior sujeción a la gleba, lo que les obligó a emigrar del campo a la ciudad para contratarse como asalariados en las modernas manufacturas urbanas. Así nació el mercado capitalista de trabajo asalariado. Y desde esa primitiva mercantilización originaria, el proceso se ha repetido de nuevo de forma diferente pero análoga cada vez que los episodios de destrucción creativa consustanciales al capitalismo (que analizó Schumpeter) han ido procediendo a la reconversión industrial, liberando la fuerza de trabajo expropiada para entregarla como mercancía que debe ofertarse a bajo precio en los mercados urbanos de trabajo. Es la *gran transformación* que en 1944 documentó Karl Polanyi (1989).

Y la última vez que ese proceso de gran transformación mercantilizadora se ha dado a gran escala ha sido tras la crisis que atravesó el capitalismo a partir de 1974, el año del *shock* del petróleo en el que puede fecharse el nal de la sociedad industrial tal como la veníamos conociendo. Hasta entonces, durante los llamados *gloriosos treinta* (años) de expansión sostenida del capitalismo fordista que se instauró tras la Segunda Guerra Mundial, basado en la cadena de montaje y el consumo de masas, la estructura social parecía sólida, rígida y estable. El empleo de los cabezas masculinos de familia (el varón proveedor que sostenía el hogar con su salario familiar) era inde nido y vitalicio, y ello tanto para los trabajadores de cuello azul

(empleados manuales y obreros sin cuali car) como para los de cuello blanco (empleados de servicios, empresarios, directivos y profesionales cuali cados), de los que dependían sus mujeres e hijos. Por lo tanto, todas las personas estaban rmemente sujetas a la posición ocupada por su familia en la estructura de clases, de la que dependía su propio capital social (la red de parentesco, con anza y ayuda mutua) y su distintiva subcultura o conciencia de clase, reforzada por la identi cación política con una determinada ideología de partido (socialdemócrata para las familias asalariadas, liberal-conservadora o cristiano-demócrata para las familias propietarias). Y en ese tipo de sociedad industrial jerárquicamente estrati cada, había escasas posibilidades de compararse con las demás personas ajenas al propio estatus.

Pero todo cambió a partir de 1975 con el advenimiento de la sociedad posindustrial, preventivamente anunciado por el sociólogo Daniel Bell (1976). La producción a gran escala con cadenas fordistas de montaje y empleo asalariado vitalicio ha disminuido por doquier para ser sustituida por la nueva producción posfordista de especialización exible, que emplea mucha menor mano de obra por estar robotizada e informatizada. El sector industrial ha decaído y se ha reducido al mínimo tras ser sustituido por la economía terciarizada de los nuevos servicios comerciales, nancieros y comunicativos. El empleo jo y estable mayoritariamente masculino ha sido sustituido por una gran movilidad laboral con empleos temporales, rotatorios y deslocalizados, mayoritariamente ocupados por mujeres bien cuali cadas pero subempleadas a tiempo parcial con salarios inferiores. La estabilidad familiar se ha desarticulado como consecuencia de una creciente divorcialidad que ha multiplicado las nuevas formas de familia desestructurada. La posición ocupada por las personas se ha desanclado de las estructuras sociales en que se enraizaban y que las sujetaban para quedar otando a la deriva al compás de su inestabilidad laboral y familiar. El desclasamiento de los sujetos determinado por la desestructuración social ha hecho disminuir la identidad y conciencia de clase hasta hacerlas casi desaparecer de puro borrosas. Las reservas de capital social se han reducido y devaluado como consecuencia de la precariedad laboral y la desestructuración familiar. La identidad de las personas ya no se construye sobre la actividad laboral o profesional, ni tampoco sobre la vinculación amorosa o familiar, sino sobre los estilos de vida asociados al ocio y al consumo. Y la delidad de las personas a sus identi caciones partidistas se ha reducido al mínimo, con creciente desafección política y alta volatilidad electoral. En suma, la estructura social se ha fragmentado y desarticulado para evolucionar con uidez a

la deriva arrastrada por múltiples turbulencias. Es lo que un sociólogo como Zygmunt Bauman (2002) ha llamado “modernidad líquida”.

Y al disolverse la estructura de clases que *enclasaba* y clasi caba a las personas, arraigándolas a su posición social e integrándolas en grupos de estatus circunscritos con distintiva identidad propia que les contenían y les sujetaban, erigiéndoles en sujetos sociales (en el doble sentido de ser sujetos agentes y de estar sujetos a los compromisos contraídos), los individuos se han visto “liberados” de su anterior sujeción social, quedando disociados y dispersos y sintiéndose desarraigados y desintegrados al desaparecer las formas anteriores de cohesión social. Es lo que Anthony Giddens (1999) denominó “desanclaje de la estructura social”, como principal consecuencia de la mercantilización contingente. Y es lo que otro sociólogo como Ulrich Beck (2003) ha llamado “individualización institucionalizada”, para referirse no tanto al creciente proceso de atomización social como a la presión social que se ejerce sobre las personas para que se comporten como sujetos individuales capaces de gobernarse a sí mismos sin depender de vínculos, sujeciones ni compromisos. Algo que al no poder lograrse en la ya desaparecida sociedad de clases, con sus antiguas agencias de socialización (la familia, la escuela) cada vez más desautorizadas, solo queda buscarlo en la in diferenciada sociedad de mercado.

De este modo, como denuncia François Dubet (2012), los individuos han perdido la protección brindada por las posiciones sociales circunscritas que ocupaban y que les respaldaban con sus redes de solidaridad y sus prerrogativas de estatus, para pasar a competir aislados e inermes ante los otros en un atomizado mercado de meritocrática igualdad de oportunidades. Un espacio abierto donde hay que medirse y compararse con todos los demás, sea cual sea su origen y su posición social. Es decir, un espacio en el que se hace posible la realización del nuevo imperativo categórico impuesto por la mercantilización: “busque, compare y si encuentra algo mejor, aspire a lograrlo”.

EL IMPERIALISMO DE LOS ECONOMISTAS

Este proceso de desestructuración social se vio acompañado desde sus inicios en los años ochenta del siglo pasado por un fuerte movimiento de resistencia de los actores sociales afectados por la desintegración,

como los sindicatos y las asociaciones de vecinos, así como de lúcidas voces de crítica intelectual entre las que destacaron sociólogos como los antes citados Giddens y Beck. Pero también se desató un paralelo proceso de justi cación ideológica del mismo por parte de actores tanto políticos como académicos. Entre los primeros destacó el thatcherismo y el reaganismo (la *reaganomics*), a partir del célebre eslogan de la Dama de hierro: "la sociedad no existe", solo los individuos y sus familias entregados al mercado libre. Y entre los segundos pronto cobró auge el llamado imperialismo de los economistas neoclásicos, a partir de sendos premios Nobel cofundadores de la célebre Escuela de Chicago: Milton Friedman y Gary Becker, el primero como principal apóstol del monetarismo en lucha contra el keynesianismo, y el segundo como autor de un célebre texto "El enfoque económico del comportamiento humano" (Becker, 1997) que se convertiría en la biblia del economicismo neoclásico que pretendía exportar el racionalismo del *homo economicus* a toda la realidad social.

El contexto histórico en que se inició el ascenso de este nuevo enfoque neoclásico fue el del declive del modelo keynesiano de acumulación capitalista basado en la subvención pública de la demanda agregada que había hecho posible el crecimiento sostenido de la producción y los salarios desde la Segunda Guerra Mundial. Pero desde nales de los años sesenta ese modelo se agotó entrando en una espiral in acionaria que amenazaba con hacerlo quebrar, como sucedió con el golpe de gracia que se produjo con el *shock* del petróleo de 1973. Fue entonces cuando los monetaristas como Friedman teorizaron el fracaso del keynesianismo y la necesidad de adoptar políticas neoliberales basadas no ya en el sostén de la demanda sino ahora en el lado de la oferta, favoreciendo así la economía nanciera fundada en la industria crediticia. Y es verdad que mediante altos tipos de interés se logró controlar lentamente la in ación, pero también se arruinó a buena parte de la economía productiva tras un severo proceso de reconversión industrial.

Pero en todo caso, la batalla de ideas entre el keynesianismo y el monetarismo se decantó nalmente a favor de este último, primero tras el ascenso político del thatcherismo y el reaganismo, y después tras el fracaso del socialismo real que terminaría en la década siguiente con la de nitiva caída del Muro de Berlín y el n consiguiente de la guerra fría en 1989. El marxismo había muerto y con él se enterraba también la sociedad de clases, el Estado interventor keynesiano y la propia socialdemocracia, sospechosa de ser antieconómica. Y con ello quedó el campo enteramente libre para que se produjera el triunfo de nitivo del mercado libre y el Estado mínimo, pasando a instaurarse el

llamado Consenso de Washington como programa político que prescribía recortar los presupuestos públicos y desregular los mercados privados. Un clima de opinión que explica el auge que fue adquiriendo el imperialismo de los economistas.

Desde entonces, el economicismo neoliberal está logrando adquirir el monopolio de la verdad legítima en la de nición de la realidad. En el pasado reciente no sucedía así, pues los economistas compartían con otros cientí cos sociales, como los sociólogos, su capacidad de proponer dictámenes sobre la consistencia de los fenómenos: ¿qué está pasando y por qué ocurre así, cómo se explica la continuidad o el cambio de comportamiento de personas, instituciones y colectividades? Hasta el nal del siglo pasado, autores como Tony Giddens o Ulrich Beck ejercían tanta o más in uencia sobre la opinión pública que sus colegas economistas de primer rango. Pero tras el n de la guerra fría (1989) y el posterior inicio de la llamada guerra contra el terror (2001), y sobre todo, tras el encadenamiento sucesivo de recurrentes crisis globales (quiebra tecnológica de 2001, crisis nanciera de 2007, crisis del euro en 2011), el equilibrio del poder explicativo entre sociólogos y economistas se ha roto en perjuicio de aquellos y bene cio de estos, que han alcanzado una posición de predominio sin rival por su capacidad de imponer a públicos y autoridades su de nición de la realidad social.

Así se ha consumado el llamado imperialismo de los economistas (Ovejero, 1995), que comenzó a ser denunciado desde los años setenta cuando el paradigma keynesiano que presidió los “gloriosos treinta” años de crecimiento (1945-1975) fue sustituido por la contrarrevolución ortodoxa del pensamiento neoclásico impuesto por la Escuela de Chicago, cuyo reduccionista paradigma del *homo economicus* presidió la naciente exportación del modelo de libre mercado dispuesto a ser aplicado como programa máximo del economicismo imperante a todos los campos extraeconómicos de la realidad social. De este modo los vínculos sociales, los compromisos políticos y los lazos culturales pasaron a ser vistos como puras transacciones de mercado entre agentes autónomos (individuales o colectivos) que buscaban maximizar su propio interés racional.

Así se ofrecía un rme respaldo académico a la ideología desocializadora del thatcherismo, que negaba la existencia de la sociedad (articulada por una estructura de relaciones sociales fundadas en compromisos morales) para reducirla a un mosaico discontinuo de intercambios de mercado. A partir de ahí advino la era del neoliberalismo nanciero presidido por el Consenso de Washington que desregularizó los mercados y privatizó los poderes públicos,

pasando a mercantilizar la mayor parte de las relaciones sociales. Y autorizados por la posición dominante que habían alcanzado en las instituciones académicas, gubernamentales y mediáticas, los economistas comenzaron a ejercer un in uyente poder performativo en el sentido de Austin de "hacer cosas con palabras" (Austin, 1971), lo que les permitió convertir en reales sus sesgadas de niciones de la realidad transformando en consecuencia las sociedades solidarias en mercados venales. Es la performatividad del economicismo denunciada por Bourdieu (1999) y teorizada por Callon (2008).

LA GRAN MERCANTILIZACIÓN

Ahora bien, con el inicio de la Gran Recesión tras la caída en 2008 de Lehman Brothers, pareció que el predominio del neoliberalismo nanciero llegaba a su n, dada la necesidad de que los bancos centrales corrieran a rescatar con liquidez pública la quiebra del endeudamiento privado. De suerte que muchos pudieron pensar que el imperialismo economicista habría de derrumbarse, dando lugar a una devolución de poderes al resto de las ciencias sociales. En particular a la ciencia política, dado el nuevo papel interventor de los poderes públicos, pero también a la sociología, susceptible de explicar la consiguiente con ictividad social derivada de la crisis. Pero, sin embargo, no fue así. Antes al contrario, y bien lejos de batirse en retirada, el economicismo imperante ha logrado rea rmar su predominio indiscutido con mayor vigor todavía, alcanzando la posición privilegiada de innegable verdad o cial al no encontrar su ciente resistencia por parte de las demás ciencias sociales (si exceptuamos la nueva sociología económica a la que enseguida aludiré), que no lograron aportar ninguna explicación propia al estallido de la crisis viéndose obligadas a asumir la versión ortodoxa de los economistas.

Y esta suerte de monopolio dictaminador de que goza el economicismo o cial es tanto más injusto cuanto en el pasado no fue capaz de prevenir el surgimiento de la crisis, que refutaba y desmentía todos sus veredictos, ni tampoco después ha sido capaz de proponer soluciones e caces de salida y recuperación, pues por el contrario sus recetas aportadas, como la austeridad o contracción scal expansiva (Blyth, 2014), han generado perversos efectos todavía más dañinos que el mal que pretendía corregir y anular, al dar lugar a la segunda recesión (2010-2013) que ha deprimido con sus devaluaciones de rentas todo el sur de Europa. De tal modo que la situación actual se

revela ciertamente paradójica, pues la opinión pública está dominada por un pensamiento, el economicismo nanciero imperante, que sabemos errado y falaz, a pesar de lo cual no tenemos ninguna otra alternativa que oponerle. Y por eso nos encaminamos hacia la tercera recesión (tras las dos anteriores de 2008 y 2012), esta vez debida a la crisis china y la devaluación de las materias primas, pues ahora mismo está fracasando la trampa de liquidez gratuita con que los bancos centrales (primero la FED y desde 2012 el BCE) creyeron conjurar los peores efectos de esta interminable *crisis crónica* (Gil Calvo, 2009), aplicando la receta monetarista de Milton Friedman de regar el mercado con manguerazos de dólares surtidos desde un helicóptero con el fallido propósito de frenar la de ación.

Pero lo más preocupante desde la perspectiva que aquí nos interesa es que la gran mercantilización ha venido progresando tanto en tiempos de vacas gordas (la *belle époque* de la "nueva economía" neoliberal, de 1985 a 2005) como de vacas acas (la crisis crónica iniciada en 2007 con la Gran Recesión, en la que continuamos todavía). En épocas de auge, la euforia del "¡enriqueceos!" de Guizot intensi ca la mercantilización con el estímulo de los altos bene cios esperados de múltiples burbujas especulativas (nancieras, tecnológicas, inmobiliarias, etcétera), cuyo espejismo contagia y propaga una epidemia de ebre del oro. Pero en épocas de depresión, cuando los mercados se vacían por el estallido de las burbujas especulativas y todos los inversores huyen en estampida impulsados por la ebre del pánico, ocurre otro tanto. Pues si bien es cierto que en tales épocas de crisis los mercados no se expanden sino que se contraen, también se da sin embargo otro fenómeno inverso que realimenta la mercantilización, y es la erosión o la desintegración de las relaciones sociales a causa de la depresión.

En efecto, durante las épocas de crisis los empleos se pierden, los salarios descienden, los contratos se fragmentan, los subsidios se recortan, los servicios se reducen, las viviendas se desahucian, las parejas se disuelven, las familias se fracturan… Y, en consecuencia, las personas se ven desplazadas de la posición que ocupaban en la estructura social, quedando abandonadas a su suerte sin poder recurrir a la protección pública ni a sus redes de solidaridad, cada vez más vulnerables y deterioradas. Por eso, ante el fallo de los seguros institucionales de vida (la familia, el Estado, el capital social, los grupos de estatus), y tras quedar inermes en situación de emergencia, las personas se libran al mercado en inferioridad de condiciones, viéndose obligadas a aceptar un trato explotador e inhumano. Es el caso del trá co de personas, sean trabajadores precarios, migrantes deslocalizados, mujeres prostituidas o refugiados políticos.

De modo que la mercantilización, entendida como sustitución de compromisos sociales por intercambios venales, funciona como un ujo en dos fases. Por una parte, actúa el efecto negativo de la destrucción del tejido social, la desestructuración de las posiciones ocupadas, la fragmentación de las relaciones sociales, la incapacidad de cumplir los compromisos adquiridos y la pérdida de las lealtades institucionales (la *loyalty* de Hirschman, 1977), tal como ocurre sobre todo en las épocas de crisis. Y, por otra, se activa el proceso positivo de apertura de mercados, facilitación de los intercambios, reducción de los costes de transacción, multiplicación de oportunidades y oferta de estímulos que invitan a la salida de los compromisos contraídos (*exit* en el sentido de Hirschman, 1977), lo que sucede especialmente en periodos de auge. Y ambos mecanismos de pérdida de vínculos de lealtad y facilidades de salida y acceso se enlazan entre sí para acoplarse como un par de fuerzas que hacen girar rotatoriamente la espiral de la mercantilización que succiona los lazos sociales.

Por eso la nuestra es la edad de oro de la mercantilización, dado que nunca como ahora se están viendo tan erosionadas las estructuras sociales, tan debilitados los compromisos morales y tan evadidas las lealtades políticas, a la vez que nunca como ahora ha habido tantas oportunidades de sustituir esos lazos cada vez más insatisfactorios por nuevas oportunidades de conexión a redes de intercambios discontinuos a la carta que pueden desconectarse a voluntad sin compromiso de reciprocidad. El mundo virtual de Internet es la gran metáfora de la mercantilización, en la medida en que con ere el poder y la capacidad de acceder a transacciones libremente elegidas con cualquier elemento de una red universal sin barreras jerárquicas ni sociales, pudiendo revocar además el contacto por propio interés de forma inmediata. Así, la red permite realizar con un clic el *diktat* aspiracional de Manuel Luque: “busque, compare y si encuentra algo mejor, acceda a ello”. De esta forma los contactos telemáticos están acabando con el gremio de taxistas o el o cio de posadero, el *dating* sexual está sustituyendo al compromiso amoroso y las llamadas redes sociales (que no son tales sino solo virtuales, por lo que habrían de llamarse asociales) están saboteando las lealtades políticas. Todo ello en bene cio del márketing de la industria más destructora de empleo pero más rentable para el accionista, como es la que surte de *hardware* y *software* al comercio digital.

Y así potenciada por el turbomotor de Internet, la gran mercantilización está arrasando las relaciones sociales y los compromisos institucionales para sustituirlos por contactos efímeros, intercambios episódicos y transacciones instantáneas. Pues la venalidad del comercio social, la compraventa disociativa, es el gran

atractor de la mercantilización universal, que permite sustituir con ventaja vínculos indisolubles por contratos fugaces subastados al mejor postor. Y para enmarcar en su justo valor las consecuencias éticas de esta sustitución generalizada del compromiso social por el comercio interactivo, nada mejor que leer el recomendable libro de un eminente lósofo: *Lo que el dinero no puede comprar. Los límites morales del mercado*, de Michael J. Sandel (2013). Pues lo que se comercializa para ofertarlo con ventaja a la demanda más solvente resulta *ipso facto* desnaturalizado, perdiendo su capacidad de generar el sentido de la responsabilidad cívica. Si todo es mercado, nadie puede pedir ni rendir cuentas ante los demás.

EL RETORNO DE LO SOCIAL

Pero como no podía ser de otra forma, conforme avanza la mercantilización surgen también las muestras de protesta y resistencia social, en defensa de los derechos adquiridos que amenazan con quedar prescritos. Ya he comentado en otros lugares los movimientos de resistencia procedentes de la sociedad civil contra las políticas de recorte salarial y ajuste scal, implantadas por los gobiernos europeos con el pretexto de combatir la Gran Recesión (Gil Calvo, 2013). Por eso aquí me referiré en exclusiva a la resistencia intelectual y académica que el pensamiento social ha opuesto contra la invasión de los economistas neoclásicos. Es lo que se conoce con el rótulo de la "nueva sociología económica", a partir de autores como Granovetter (2003), Portes (2013) o Callon (2008). Y su principal argumento es el de negar la mayor, rechazando la idea impuesta por los economistas de que las relaciones de mercado son las únicas que cuentan a la hora de articular la realidad social, despreciando como fútiles las demás relaciones sociales cuya función sería poco más que redundante, decorativa o residual.

Y contra esa hipótesis economicista, Granovetter propuso entender los mercados como anclados, encajados, incrustados o encastrados *(embedded)* en la estructura social. El concepto de *embeddedness* lo tomó de Carl Polanyi, el autor de *La gran transformación* (1944) que analizó la segunda ola modernizadora (la primera fue contemporánea de la acumulación primitiva analizada por Marx). Y para Granovetter vendría a signi car que los intercambios de mercado no se dan ni pueden darse en el vacío social sino que aparecen previamente estructurados por los nichos o enclaves sociales desde los que actúan

sus agentes conformándolos y haciéndolos posibles. Así, el *homo sociologicus* es el prerrequisito o condición de posibilidad del *homo economicus*, pues lo social no sería una mera superestructura de los mercados, de la que se podría prescindir, sino por el contrario una auténtica infraestructura subyacente y fundamentadora.

Y en otro artículo justamente célebre, Granovetter vino a per lar sus propuesta distinguiendo dos tipos de vínculos interactivos: los lazos débiles *(weak ties)* , asimilables a las relaciones de mercado, y los lazos fuertes *(strong ties)* , correspondientes a aquellos vínculos sociales basados en el compromiso incondicional que formatean los intercambios de mercado, como son las relaciones de amistad, compañerismo, familiaridad, emparejamiento y compromiso político. De este modo, la realidad social estaría tejida tanto de lazos fuertes como de lazos débiles, coexistiendo de forma simultánea ambas texturas autónomas entre sí, sin que pueda predicarse de antemano cuál es la predominante y cuál la subordinada pues todo depende de las contingencias de cada caso. Así, el economicismo neoliberal tiene parte de razón cuando reconoce la fortaleza de los lazos débiles (título del artículo de Granovetter), pues en efecto, el mercado importa. Pero al sociologismo estructural también le asisten buenas razones al señalar que no todo es mercado, pues los compromisos incondicionales también importan aún más.

Así se reproduce la vieja dicotomía decimonónica propuesta por Tönnies entre *gesellschaft* (asociación), hilvanada con lazos débiles, y *gemeinschaft* (comunidad), anudada con lazos fuertes. Lo que sí queremos parafrasearlo para llevarlo a nuestro plano implicaría la oposición entre la *gesellschaft* del mercado (conectado por lazos débiles) y la *gemeinschaft* de la estructura social (vertebrada por lazos fuertes). Ahora bien, planteado así, y aun reconociendo la autonomía relativa que posee cada uno de ambos hemisferios de la realidad social, siempre cabe interrogarse sobre cuál de los dos componentes resulta predominante: ¿el mercado, como postulan los economistas, o la sociedad, como sostenemos los sociólogos? Pero ante semejante dicotomía entre ambos *homines*, el *economicus* y el *sociologicus*, puede que no sea necesario optar, pues siempre resulta factible aceptar el dictamen de Viviana Zelizer (2015), colega de Granovetter y Portes y ella misma una eximia gura de la nueva sociología económica.

Frente al problema de analizar cómo se articulan ambos campos, la relación de mercado y el vínculo social, Zelizer distingue tres perspectivas distintas de interpretación que considera igualmente erradas. Ante todo está la propuesta bautizada como “esferas separadas”, cuando se sostiene que cada una de ambas posee su propia

lógica interna (el cálculo de mercado y el compromiso incondicional), irreductible a la otra. Un buen ejemplo sería el contraste entre el interés racional y la pasión irracional, situado por Hirschman (1978) en la justi cación originaria del liberalismo clásico. Después aparece la propuesta rotulada como "mundos hostiles", que postula su incompatibilidad porque cada uno de ellos debe preservarse del contagio del otro si no quiere perder su función. Así ocurre cuando se dice que el matrimonio por interés destruye el verdadero amor, que ni se compra ni se vende so pena de prostituirse. Y la tercera propuesta capciosa, que Zelizer etiqueta como "no es nada más que", sería la reduccionista de entender cada parte como una manifestación espuria, inconfesable o disfrazada de la otra. Es el caso del materialismo, que reduce cualquier sentimiento por elevado que sea a la mera codicia, como en el dicho "¿por qué lo llaman amor cuando quieren decir sexo?"

Y frente a estas tres posturas erradas, que se basan en la disyuntiva *o/o* (o esto o lo otro), Zelizer propone una síntesis complementaria fundada en la conjunción *y/y* (no solo esto sino también lo otro). Es decir, tanto compromisos morales como relaciones de mercado, pues cada una de ambas formas de interacción presupone o implica la otra. De hecho, toda la obra de Zelizer se basa en la investigación acerca de cómo no puede haber intercambio económico sin vínculo social y viceversa, según ha demostrado con creces en sus estudios sobre la ética de la economía, el signi cado social del dinero, la valoración de la vida en el mercado de seguros o el precio inmaterial de los hijos.

Ahora bien, esta complementaridad entre relaciones de mercado y vínculos sociales no se plantea al modo de un *trade-off* o compromiso antagónico, que debiera sacri car cierta parte de un elemento para poder conciliarlo con otra parte de su contrario, sino más bien como una interconexión recíprocamente potenciadora. Y para entender a qué me estoy re riendo nada mejor que recordar la distinción de Hirschman (1996) entre *efecto balancín*, cuando dos elementos están interconectado de modo que el ascenso de uno implica el descenso del otro (como el ujo y re ujo de las mareas), y el *efecto trinquete*, cuando su oposición es mutuamente enriquecedora de modo que el crecimiento de una parte implica solidariamente el desarrollo de la otra. Y Hirschman lo aplicó a la contraposición entre *salida* y *voz* tras la caída del Muro de Berlín. Antes de eso, la relación entre ambas instancias opuestas las hacía alternarse por efecto balancín, pues cuando la *salida* ascendía la *voz* se reducía y viceversa. Pero la debacle de la Europa del Este se debió a que la *salida* de los desafectos no redujo sino que potenció y multiplicó la *voz* de protesta de los disidentes. Es decir, no actuó el efecto balancín sino el efecto trinquete, lo que Hirschman

argumentó a partir de la activación de la *lealtad* ciudadana.

Pues bien, apliquemos esta moraleja a nuestro relato sobre la gran mercantilización. Es verdad que, por efecto tanto de Internet como de la crisis crónica, las interacciones mercantiles están proliferando de modo exponencial, lo que amenaza con transformar la realidad social en dirección al síndrome de *todo mercado*. Pero si hacemos caso a Hirschman y a Zelizer, esto "no ha de ser necesariamente así" (de acuerdo a la célebre aria de Sportin' Life en *Porgy and Bess*, tal como anota el propio Hirschman), pues por el contrario podría suceder que la proliferación de las relaciones de mercado, basadas en la opción de salida privada, potencien al mismo tiempo la densidad y el espesor de los compromisos sociales. En tal caso, del *todo mercado* podría pasarse al *todavía más sociedad*. Aunque para que ello suceda así hará falta que intervenga y que actúe la opción activamente comprometedora de la lealtad ciudadana.

BIBLIOGRAFÍA

AUSTIN, J. (1971): *Cómo hacer cosas con palabras*, Barcelona, Paidós. BAUMAN, Z. (2002): *Modernidad líquida*, Buenos Aires, FCE. BECK, U. y BECK-GERNSHEIM, E. (2003): *La individualización*, Barcelona, Paidós. BECKER, G. ([1976] 1997): "El enfoque económico del comportamiento humano", en R. Febrero y P.

Schwartz (eds.), *Lo esencial de Becker*, pp. 47-58, Barcelona, Ariel.

BELL, D. (1976): *El advenimiento de la sociedad postindustrial*, Madrid, Alianza. BLYTH, M. (2014): *Austeridad. Historia de una idea peligrosa*, Barcelona, Crítica. BOURDIEU, P. (1988): *La distinción*, Madrid, Taurus. — (1999): *Meditaciones pascalianas*, Barcelona, Anagrama. CALLON, M. (2008): "Los mercados y la performatividad de las ciencias económicas", *Apuntes de*

Investigación del CECYP, 14, pp. 11-68, Buenos Aires.

DOUGLAS, M. (1998): *Estilos de pensar*, Barcelona, Gedisa. DUBET, F. (2012): *Repensar la justicia social*, Buenos Aires, Siglo XXI. DUPUY, J.-P. (1998): *El sacri cio y la envidia*, Barcelona, Gedisa. GALBRAITH, J. K. (2004): *La sociedad opulenta*, Barcelona, Ariel. GIDDENS, A. (1999): *Consecuencias de la modernidad*, Madrid, Alianza. GIL CALVO, E. (2009): *Crisis crónica*, Madrid, Alianza. — (2013): *Los poderes opacos: austeridad y resistencia*, Madrid, Alianza. GIRARD, R. (1985): *Mentira romántica y verdad novelesca*, Barcelona, Anagrama. GRANOVETTER, M. (2003): "Acción económica y estructura social" y "La fuerza de los lazos débiles", en Félix Requena (comp.), *Análisis de redes sociales*, pp. 196-269, Madrid, CIS.

HIRSCHMAN, A. (1977): *Salida, voz y lealtad*, México, FCE. — (1978): *Las pasiones y los intereses*, México, FCE. — (1996): "Salida, voz y el destino de la RDA", *Tendencias autosubversivas*, pp. 15-55, México, FCE. OVEJERO LUCAS, F. (1995): "El imperio de la economía", *Claves de Razón Práctica*, 58, pp. 56-61, Madrid.

POLANYI, K. (1989): *La gran transformación*, Madrid, La Piqueta. PORTES, A. (2013): *Sociología económica*, Madrid,CIS. SANDEL, M. (2013): *Lo que el dinero no puede comprar. Los límites morales del mercado*, Madrid,

Taurus. ZELIZER, V. (2015): *Vidas económicas*, Madrid, CIS.

CAPÍTULO 2

EL TIEMPO DE LOS ECONOMISTAS* [1]

[2L]**UDOLFO PARAMIO****

Durante las tres últimas décadas se han producido dos fenómenos paralelos y relacionados, pero analíticamente distintos. Por una parte, la economía ha pasado a ser la reina de las Ciencias Sociales, tanto por su mayor prestigio académico como por su exitoso desembarco en los campos de la sociología y la ciencia política. La sencillez y la elegancia de los modelos del análisis económico han obtenido en este tiempo una clara victoria frente a otras aproximaciones menos claras o más idiosincráticas que aparecían como alternativas al marco de la decisión racional (Paramio, 2000). Pese a las frecuentes críticas sobre la falta de verosimilitud de las exigencias de la teoría (Simon, 1955), o sobre su di cultad para dar cuenta de los fenómenos de acción expresiva frente a la acción instrumental (Hirschman, 1984), se diría que el análisis económico se ha convertido en el núcleo del paradigma más fuerte y establecido en las Ciencias Sociales actuales.

Pero, por otra parte, la economía se ha convertido en el principio de realidad de nuestras sociedades, y los economistas en los intérpretes de esta realidad. Aunque este hecho tiene relación con su hegemonía dentro de las Ciencias Sociales, no se explica solo por ella, sino también por la generalización de una visión del mundo en términos de costes y bene cios.

Durante treinta años hemos hecho una virtud de la búsqueda del bene cio material: de hecho, esta búsqueda es todo lo que queda de nuestro sentido de un propósito colectivo.

Sabemos qué cuestan las cosas, pero no tenemos idea de lo que valen. Ya no nos preguntamos sobre un acto legislativo o un pronunciamiento judicial: ¿Es legítimo? ¿Es ecuánime? ¿Es justo? ¿Es correcto? ¿Va a contribuir a mejorar la sociedad o el mundo? Estos solían ser los interrogantes políticos, incluso si sus respuestas no eran fáciles (Judt, 2010).

En este sentido, se puede decir que la mercantilización ha avanzado en un nuevo campo de la vida social. Karl Polanyi (1944) veía la

historia del capitalismo como una sucesión de oscilaciones pendulares, en las que primero los mercados se expandían a costa de las relaciones y el tejido social, y en un segundo momento debían ser limitados y regulados para evitar que acabaran con la misma sociedad. Pero Polanyi temía que, en esta segunda fase, se pudieran producir grandes catástrofes que causaran graves daños a la economía productiva en el intento de volver a una situación anterior o de poner límites a los mercados. Hay que recordar que interpretaba el auge de los fascismos como expresión de una reacción social contra la mercantilización del mundo de la vida, en particular la tierra y el trabajo.

La vieja historia de Polanyi necesita una doble actualización. Lo que se ha producido desde los años setenta es una profunda mercantilización de los vínculos y los imaginarios sociales, cuyo mejor ejemplo es la individualización. Los vínculos sociales antes ligados a la familia, a la vecindad, a la clase social, han dejado de ser determinantes de la autode nición de las personas, que deben reinventarse en el contexto de sociedades de mercado que prescinden de las identidades primarias para valorar solo el logro y la competitividad. Esto tiene un primer aspecto liberador respecto a las tradi cionales barreras de clase, pero a la vez erosiona las bases sociales de la solidaridad.

Esto sucede en varios sentidos. Por una parte, la pérdida de peso de las redes primarias de solidaridad, desde la familia hasta la vecindad —muy importantes en los entornos tradicionales—, por otra, la menor funcionalidad de las asociaciones solidarias. Mientras que los sindicatos y las sociedades obreras tenían un papel fundamental para los trabajadores al menos hasta la Segunda Guerra Mundial, la aparición de las prestaciones sociales del Estado de bienestar les resta funcionalidad. Pero además, la evolución del mercado de trabajo en paralelo a los cambios en la economía supone la de saparición de los empleos de larga duración, que no solo son el contexto natural de la sindicalización, sino también de la formación del carácter. En la nueva economía pierden peso los sindicatos a la vez que se produce una corrosión del carácter (Sennett, 1998), fruto de la discontinuidad de las experiencias laborales.

En esta nueva sociedad de mercado, el impacto de una crisis económica tan profunda y prolongada como la Gran Recesión puede ser devastador, especialmente si las redes de seguridad social a las que llamamos Estado de bienestar son insu cientes para recoger a todas las personas a las que la crisis convierten en redundantes. El impacto es mayor aún si políticas discutibles y equivocadas llevan a un recorte de esas redes de protección, como ha sido el caso en la mayor parte de

Europa. El malestar social causado por la Gran Recesión no puede entenderse sin tomar en cuenta la individualización que acompaña las transformaciones de la sociedad posterior a la Segunda Guerra Mundial, y de las que a menudo se toman como ejemplo las revueltas generacionales de 1968.

La segunda actualización que precisan las tesis de Polanyi se re ere a la autonomización de las nanzas, resumida en la expresión de Andrew Glynn (2006): *el capitalismo desatado*. Para Polanyi el patrón oro había supuesto la mercantilización del dinero. Pero ha sido la pérdida del dólar como moneda de reserva —como había llegado a serlo tras los acuerdos de Bretton Woods —, tras la decisión del presidente Nixon en 1971 la que ha abierto el paso a un *boom* del sector nanciero que no solo supera el volumen de la economía real, sino que se ha convertido en un vigilante in exible de las políticas económicas nacionales. El papel negativo que Polanyi atribuía al patrón oro se ha visto más que desbordado ahora por los mercados nancieros globales.

LOS MERCADOS FINANCIEROS TOMAN EL CONTROL

Antes de la Primera Guerra Mundial existió una larga fase de movilidad internacional de capitales, impulsada por avances tecnológicos que permitían una rapidez mucho mayor de las transacciones —el telégrafo, a partir del tendido del cable trasatlántico en 1866— y que impulsaban el comercio de ultramar acortando los tiempos de transporte (el barco de vapor) y prolongando la conservación de las mercancías perecederas (el frigorí co). Sin un fuerte auge del comercio, y sin las grandes posibilidades de inversión que ofrecía la construcción de los ferrocarriles para unir los puertos con las zonas de producción, no se habría producido tampoco el amplio movimiento de capitales que permite considerar aquella época como un precedente de la actual globalización (Obstfeld, 1998).

La diferencia fundamental entre aquel tiempo y el nuestro, sin embargo, reside en que la adhesión al patrón oro suponía la existencia de tasas de cambio jas. Como ha señalado entre otros el propio Obstfeld, si un país quiere tener un mercado de capitales abierto debe elegir entre tener una política monetaria propia o una tasa de cambio ja. Con el patrón oro se elegía la segunda opción, lo que podía tener efectos macroeconómicos perversos, como la recesión que provocó las protestas de los populistas en la década de 1890 en Estados Unidos.

Una segunda diferencia, que explica el espectacular crecimiento de economías como la argentina en aquellos años, era la ausencia de barreras al comercio, que permitía obtener a través de las exportaciones las divisas necesarias para inyectar liquidez en la economía. En cambio, un siglo después Argentina, en 2001, solo podía recurrir al endeudamiento para obtener liquidez, dadas las barreras comerciales que encontraban sus exportaciones tradicionales y los límites que ponía a su capacidad exportadora un dólar sobrevaluado al que estaba atado el peso por la ley de convertibilidad.

Tras la dislocación que supusieron las dos guerras mundiales y la crisis de 1929 en el periodo intermedio, el Fondo Monetario Internacional fue diseñado en los acuerdos de Bretton Woods de 1944 para sustituir a los movimientos de capital privados —sobre los que existía una fuerte descon anza por sus efectos desestabilizadores en el periodo de entreguerras —, y no para complementarlos: hasta 1958 existieron estrictos límites y controles a la convertibilidad de las monedas europeas (Obstfeld, 1998: 17). Si además recordamos que nunca ha habido entre los economistas un consenso sobre las ventajas de la libre movilidad de capitales, a diferencia de la convicción general existente en la profesión sobre las ventajas del libre comercio, parece necesario explicar cómo se ha llegado a la situación presente.

En el origen estuvo la formación durante los años sesenta del *euromercado* de Londres, libre de la regulación británica aunque operara en su territorio, y que atrajo de forma creciente a las empresas y bancos norteamericanos activos en Europa, con una gran tolerancia por parte de las autoridades de Estados Unidos. El euromercado permitía a aquellas empresas operar en dólares sin las restricciones a las salidas de capital que había ido introduciendo Estados Unidos para evitar una excesiva reducción de sus reservas de oro. Entre 1964 y 1972, el volumen anual de transacciones del euromercado pasó de 9.000 a 80.000 millones de dólares (Thorp, 1998: 205). Aunque su actividad discurría aparte y paralela a la de los distintos sistemas nancieros nacionales, sus crecientes importancia y atractivo indujeron una sucesión de movimientos hacia la desregulación, que comienzan con la eliminación de los controles de capitales en Nueva York en 1974 y tienen su expresión más espectacular con la desregulación de la noche a la mañana del mercado de Londres en 1979 (Helleiner, 1994: 301).

La lógica que motiva la generalización de la desregulación es una lógica competitiva: los centros nancieros desregulan para hacerse atractivos a los inversores, ya que la ausencia de controles y la posibilidad de rápidos movimientos ofrecen en principio mayores

posibilidades de aprovechar las oportunidades de rentabilidad. La causa primera se puede considerar que fueron las masivas inversiones norteamericanas en Europa —el *desafío americano* , como se le llamó en la época—, que dieron origen al auge del euromercado: pero una vez que existía el ejemplo de un mercado de capitales desregulado era casi inevitable que se propagara.

La consecuencia fue una dinámica general de desregulación competitiva de los mercados nancieros, por la que todos los países, tratando de incentivar la entrada de capitales, coincidieron en una creciente desregulación. Se trataría de un buen ejemplo del dilema del prisionero, un juego competitivo en el que el resultado nal es negativo para todos los jugadores, pues la desregulación completa del mercado de capitales signi ca la completa pérdida de autonomía de los gobiernos nacionales a la hora de jar sus políticas (macro)económicas. Y una vez llegados a esa situación, el regreso a alguna forma de regulación exige la cooperación de los principales actores, con el grave riesgo de que algunos de ellos encuentren siempre ventajas a corto plazo en no cooperar.

Esto es lo que sucedió, primero, cuando Europa y Japón trataron en 1973 de dar al Fondo Monetario Internacional poderes para obligar a los gobiernos a controlar los movimientos de capitales, a n de evitar la crisis del sistema de cambio jo de Bretton Woods: Estados Unidos y Gran Bretaña se opusieron. Y volvió a suceder cuando la Reserva Federal intentó convencer en 1979-1980 a otros bancos centrales europeos para introducir nueva regulación en el euromercado, a n de evitar que los bancos y las empresas norteamericanas evadieran la política monetaria restrictiva de su gobierno recurriendo al crédito en el euromercado: en este caso fueron Suiza y Gran Bretaña quienes se opusieron (Helleiner, 1994: 304-305).

Ahora bien, la carrera hacia la eliminación total de los controles de capitales es la otra cara de la desaparición de la estabilidad monetaria. La desregulación norteamericana fue una consecuencia de la devaluación (en 1971) del dólar, que durante el periodo de posguerra se había convertido en divisa de reserva en paridad con el oro. La limitada liberalización de los movimientos de capitales en los años sesenta, sumada a la creciente presión sobre el dólar derivada de los gastos de la Guerra de Vietnam, provoca la desaparición del ancla monetaria de esta época dorada de crecimiento económico. Y desde entonces, las principales economías apuestan por la apertura de sus mercados de capitales, pero lo hacen sin tomar, en muchos casos, una opción clara entre mantener una tasa de cambio ja o utilizar la política monetaria para favorecer el crecimiento.

Ambas opciones presentan problemas que se traducen en la necesidad de mantener la con anza de los mercados. La paridad ja ofrecería en principio más garantías a los inversores, pero puede conducir a una situación en la que la economía dependa sobre todo de la entrada de capitales a expensas de la economía productiva. Si existen desequilibrios macroeconómicos —un dé cit demasiado alto—, para atraer la inversión y mantener la paridad pueden ser necesarias tasas de interés muy altas, que paralizan el crédito y, por tanto, la inversión nacional, pero la percepción de que la moneda está sobrevaluada puede desatar ataques especulativos que nalmente hagan inevitable una devaluación, como sucedió con la libra esterlina en 1992 —lo que condujo a su salida del Sistema Monetario Europeo— y con la peseta en 1992-1993, y también, como es bien sabido, con el peso argentino en 2001.

Pero una otación total o parcial —dentro de una banda— de la moneda, aunque hace posible en principio una mayor autonomía de la política económica y reduce el riesgo de una crisis por falta de liquidez, exige también el control del dé cit para evitar las tendencias in acionarias y atraer las inversiones internacionales. La exibilidad cambiaria permite adaptarse mejor a los cambios en el contexto económico global o regional, pero no puede eludir la vigilancia de los mercados en lo que se re ere al mantenimiento de los equilibrios macroeconómicos. En este sentido, la opción por mercados de capitales abiertos y exibilidad cambiaria obliga también a una fuerte restricción de la política económica.

Esto es algo que los dirigentes políticos han llegado a asumir: no solo deben contar con la vigilancia de los mercados a la hora de diseñar sus políticas, sino que deben elegir a los responsables de la economía pensando en la con anza que pueden inspirar a esos mismos mercados. Si un gobernante viene precedido de una reputación heterodoxa, por su trayectoria anterior o por su discurso de campaña, deberá esforzarse en designar un gobierno que muestre una voluntad de ortodoxia, y a menudo deberá garantizar la plena autonomía de la política monetaria respecto al mismo gobierno. Esas son las señales necesarias para inspirar con anza en los mercados y evitar que la salida de capitales y la subida de la prima de riesgo de la deuda lleven al nuevo gobierno a una crisis de pagos.

El ascenso de la nueva ortodoxia, por otra parte, no es algo inexplicable. Durante los años setenta los intereses nancieros de la City de Londres fueron adquiriendo un papel más activo en la formación de la opinión pública frente a lo que veían como un desorden económico motivado por el gobierno laborista, pero al que el

gobierno conservador de Edward Heath (1970-1974) no había logrado dar solución. Las ideas monetaristas, consideradas en Gran Bretaña una extravagancia durante los años sesenta, habían comenzado a difundirse tras la llegada a nales de esa década de Harry Johnson —desde Chicago— a la London School of Economics, y sus propuestas se ajustaban bien a los intereses e interpretaciones de los intermediarios nancieros. Por otra parte, la reforma del mercado nanciero en 1971 había introducido una fuerte dependencia de los mercados de deuda pública de las expectativas sobre la evolución de las tasas de interés, lo que a su vez había llevado a la aparición de gabinetes de expertos en estas materias.

Su capacidad de control se hizo evidente en 1978, cuando la falta de coherencia de las políticas monetaria y scal del gobierno británico, en el presupuesto de 1978, provocó una *huelga* de compradores de deuda pública (Smith, 1987: 69). La búsqueda de un nuevo paradigma frente al fracaso del keynesiano, la disponibilidad de las ideas monetaristas y el auge de los consultores independientes o vinculados a los intermediarios nancieros se tradujeron en un giro en las ideas dominantes a favor del monetarismo y de lo que ahora llamamos neoliberalismo, un giro documentable a través de los artículos publicados en la prensa económica durante los últimos años de gobierno laborista y antes del advenimiento de Margaret Thatcher (Hall, 1992).

El contexto global en el que se produjo la toma de control por los mercados nancieros viene marcado así por varias dinámicas. Por un lado, la desaparición en 1971 del marco estable surgido de Bretton Woods, en parte a consecuencia de su propio éxito, del que la formación del euromercado fue una manifestación. Por otro, el ascenso de la nueva ortodoxia neoliberal y monetarista tras un cuarto de siglo de hegemonía keynesiana. Pero un factor adicional, en el que conviene hacer hincapié, fue el primer choque del petróleo de 1973. Por dos razones: en primer lugar porque los países desarrollados entraron en una situación sin precedentes de estancamiento con crecimiento de la in ación, frente a la que no eran e caces las políticas keynesianas de años anteriores, lo que creó la oportunidad para un cambio radical de paradigma en la política económica.

Pero, en segundo lugar, porque frente a la crisis de la economía productiva, atrapada entre la elevación de los costes energéticos y la resistencia de los sindicatos a asumir una reducción de su poder adquisitivo, la economía nanciera adquirió un indiscutible protagonismo. El propio choque del petróleo supuso una considerable inyección de fondos en los circuitos nancieros. En un solo año, de

1973 a 1974, el superávit combinado por cuenta corriente de los países de la OPEP pasó de 1.000 a 61.000 millones de dólares. La importación masiva de manufacturas desde los países desarrollados reduciría en los años siguientes —hasta 1977— este saldo a favor de los países productores a un promedio de casi 40.000 millones de dólares anuales (Smith,1987: 57), cuya entrada en el sistema nanciero internacional no solo provocó fuertes tensiones monetarias, sino una muy considerable disponibilidad de crédito, a tasas de interés reales negativas frente a la in ación.

Así se produjo una tremenda expansión en las operaciones nancieras. A diferencia de lo sucedido en la fase de globalización anterior a la Segunda Guerra Mundial, cuando el comercio y la inversión productiva fueron la punta de lanza del movimiento de los capitales, en la actual globalización la movilidad de capitales tiene una completa autonomía. Mientras entre 1973 y 1994 las exportaciones mundiales crecieron a un promedio del 4,5 por ciento, es decir, a un ritmo similar al de la década anterior, el trá co diario en los mercado de divisas ha pasado de 15.000 millones de dólares en 1973 a más de 1.300.000 (1,3 billones) en 1995. El comercio de activos nancieros, que en 1980 era inferior al 10 por ciento del PIB en Estados Unidos, en 1993 alcanzaba el 135 por ciento (Thorp, 1998: 203).

Las viejas reglas habían dejado de ser válidas, las ideas keynesianas habían dejado de ser e caces y una nueva ortodoxia estaba dispuesta, con el respaldo de un ejército de periodistas y consultores, para sustituirlas. Los gobiernos, en una desesperada búsqueda de nanciación, eliminaron los controles de capitales para intentar atraerlos. Rotas así sus ataduras, los mercados nancieros, más fuertes ahora que nunca gracias a las rentas del petróleo, asumieron el control a nales de los años setenta. La política antiin acionaria del Gobierno de Reagan, combinada con el alto dé cit provocado por el recorte de los impuestos y los programas de rearme, hizo el resto. Las elevadas tasas de interés en Estados Unidos no solo condujeron a la crisis de la deuda en América Latina, sino que convirtieron el acceso al crédito internacional en cuestión central para los gobiernos de cualquier signo. Conseguir inspirar con anza en los mercados nancieros sería desde entonces, por tanto, la condición de posibilidad de cualquier política económica.

LA GLOBALIZACIÓN, LOS MERCADOS Y LA GRAN RECESIÓN

Paralelamente a la expansión global de los mercados nancieros en los años setenta tomó una nueva fuerza la globalización comercial. Entre sus causas, la más evidente es la diferencia de niveles salariales, que permitía a los países desarrollados deslocalizar la producción a países de bajos salarios para después importar el producto a sus propios mercados. En el contexto de costes bajos del transporte y fuerte presión sobre los salarios a causa de la in ación desatada por los choques del petróleo de 1973 y 1979 —fecha de la revolución iraní—, se trataba de una estrategia evidente para mantener la competitividad (Fröebel, Heinrichs y Kreye, 1977).

Pero a los países desarrollados se les abría una posibilidad adicional: a cambio de mejorar sus balanzas de pago y crear empleo, los países receptores de las inversiones deberían abrir sus propios mercados a las importaciones de los países desarrollados. Reaparecía así la clásica utopía de la globalización: un mundo sin proteccionismo ni aranceles, que diera salida a los excedentes de los países desarrrollados a la vez que impulsaba la industrialización de los países en desarrollo.

La Organización Mundial de Comercio (OMC), nacida en 1995 a partir del GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio) y convertida en impulsora y sede de los intentos de acuerdos multilaterales para la reducción de aranceles, se convirtió en símbolo y objetivo de los movimientos antiglobalización. En 1999 la reunión de la OMC en Seattle provocó fuertes enfrentamientos, que se repetirían en 2001 por la reunión del G8 en Génova.

Hay varios motivos para explicar la virulencia de los movimientos antiglobalización. El primero es probablemente la opacidad de los procesos de negociación y toma de decisiones dentro de la OMC, que permiten una cierta coacción de los países de más peso sobre los pequeños, dado que quedarse fuera de los acuerdos puede tener costes considerables. Pero el motivo de más peso puede ser la destrucción del tejido social que provoca el levantamiento de aranceles o la ausencia de mecanismos compensatorios para los sectores que ahora quedan desprotegidos frente a la competencia internacional.

El ejemplo más evidente es el de la pequeña agricultura, mucho menos e ciente que la gran economía comercial. Frente a la competencia de las importaciones, los pequeños campesinos se ven reducidos a la agricultura de subsistencia o pierden sus medios de vida. Esto es muy evidente si consideramos el impacto del TLC en los

pequeños productores mexicanos de maíz: las milpas familiares no pueden competir con las importaciones comerciales de EE UU. Pero no hay que pensar que el problema se limite a las economías agrícolas atrasadas: en la UE —la agricultura y la ganadería francesas— o en Japón —en el caso del arroz— entran en con icto los precios internacionales con los valores sociales locales.

En este sentido es inevitable que la lógica de la globalización comercial provoque malestar y resistencia en sectores signi cativos de las diferentes sociedades nacionales. No hay que olvidar que el mismo TLC al que se oponen los pequeños campesinos en México también ha causado una seria resistencia entre los sindicatos de EE UU, ya que las diferencias salariales provocan deslocalización y pérdida de puestos de trabajo en la economía más desarrollada. Así, la globalización pasa a ser vista como un fenómeno que solo bene cia a las empresas, en especial a las más grandes y más aptas para competir en el mercado global.

Desde otra perspectiva hay que recordar que la globalización ha llevado al abaratamiento del consumo en los países desarrollados: la pérdida de empleos y la caída de los salarios tienen ahí una contrapartida: los ciudadanos perjudicados como trabajadores se bene cian en cambio de la globalización como consumidores. Este puede ser un consuelo discutible, pero se puede pensar también en la emergencia de millones de trabajadores y clases medias en países como China o India. En este sentido los inconvenientes de la globalización serían el precio a pagar por una mayor homogeneización del mundo con la expansión global de las dinámicas propias del capital.

Los malestares creados por la globalización comercial han pasado a segundo plano, en todo caso, tras el comienzo en 2008 de la Gran Recesión (Paramio, 2012). En el origen de la crisis está la burbuja inmobiliaria. En primer lugar, en Estados Unidos, donde la titulización de las deudas hipotecarias condujo a que se convirtieran en práctica común las hipotecas *subprime* , es decir, créditos hipotecarios con alto riesgo de impago. La promesa de sus inventores era que los paquetes de deuda hipotecaria (*collateralized debt obligations*, CDO) eliminaban el riesgo y a la vez creaban una importante posibilidad de negocio nanciero [3].

El resultado fue una burbuja de especulación nanciera a partir de las hipotecas *subprime*, debidamente bendecida por las agencias cali cadoras de riesgo. El problema es que, una vez que dichas hipotecas comenzaron a dejarse de pagar, se descubrió que los paquetes de

títulos de deuda no eliminaban el riesgo, sino que lo dispersaban de forma impredecible: eran, en palabras de George Soros, armas de destrucción nanciera masiva. Y a ellas se sumó otro derivado nanciero: los *credit-default swaps* (CDS), pensados como mecanismos de seguro contra quiebras e impagos, pero que se convirtieron en otra fuente de negocio especulativo que a su vez multiplicó, una vez que comenzó la crisis de las *subprime*, el impacto de la pérdida de valor de los paquetes de títulos de deuda.

Los bancos comenzaron a tener problemas, y la quiebra de Lehmann Brothers, seguida por la de la aseguradora AIG, desató el pánico en el sistema nanciero global, obligando a los gobiernos a intervenir para evitar una cadena de quiebras como la de 1929. Así fue como se produjo la aprobación en Estados Unidos, con el presidente George W. Bush en la Casa Blanca, del TARP *(Troubled Asset Relief Program)*.

Cabe preguntarse por la razón de que se produjeran una burbuja inmobiliaria y otra nanciera. Se podría argumentar que la razón fundamental fue que en Estados Unidos los salarios reales estaban estancados, y solo una burbuja podía estimular el consumo (en julio de 2008 la revista satírica *The Onion* publicó un titular memorable: “Recession-Plagued Nation Demands New Bubble To Invest In”. De forma más cauta se podría recordar que tras los atentados de 2001 el gobierno inyectó masivamente liquidez para estimular el consumo.

La razón de que esa liquidez impulsara una burbuja inmobiliaria fue la extensión irracional del crédito hipotecario con la introducción de los paquetes de títulos de deuda. Pero eso a su vez era consecuencia del desmantelamiento durante los gobiernos de Reagan de la regulación nanciera introducida en 1933 por la Ley Glass-Steagal para evitar que los bancos volvieran a incurrir en los errores que habían llevado al crac del 29. Y cuando en el sistema nanciero desencadenado comenzó la explosión de los derivados, y de los productos estructurados de deuda, el secretario del Tesoro Larry Summers desaconsejó al presidente Clinton introducir nueva regulación —como recomendaba Brooksley Borne, directora de la Commodity Futures Trading Commision (CFTC)—, para no frenar las ganancias del sector nanciero, que constituye una parte muy importante del PIB de Estados Unidos.

La combinación de una alta liquidez y de la disponibilidad de los nuevos productos nancieros, signi có un desmesurado crecimiento del crédito hipotecario, que por una parte activó el consumo y por otra elevó los precios de la vivienda residencial. A su vez, la subida de los precios signi caba mayor crédito hipotecario, más consumo y mayores

precios de la vivienda. Esta es la dinámica de una burbuja, y mientras se mantiene todos ganan. Pese al estancamiento de los salarios reales, la burbuja permitió una elevación del nivel de vida de los ciudadanos, a través del consumo nanciado por el crédito.

El problema surgió al estallar la burbuja. Las familias se encontraron fuertemente endeudadas con los bancos, y las viviendas con las que respaldaban su crédito perdieron valor. El impago conducía a la pérdida de la vivienda, pero con ello no se garantizaba que las deudas desaparecieran. En buena lógica el consumo se derrumbó, por la suma de ingresos estancados y el endeudamiento de las familias.

En Estados Unidos, y en los países en los que la banca había invertido fuertemente en los paquetes de deuda titularizada —a los que se comenzó a englobar bajo la etiqueta de *activos tóxicos*— las instituciones nancieras se encontraron con un grave riesgo de insolvencia. Para evitar que la quiebra de los bancos supusiera la volatilización de los ahorros y se produjera una profunda recesión, fue necesaria una masiva intervención de los gobiernos para garantizar los depósitos y la solvencia de los bancos.

En Europa había habido burbujas inmobiliarias en algunos países, como Irlanda, Reino Unido y España, pero la situación de los bancos no era la misma en todos ellos. La regulación existente en España puso a salvo a la banca de los activos tóxicos (deuda titularizada), a diferencia de lo que sucedió en Irlanda y el Reino Unido. Si la inversión en derivados nancieros de las hipotecas *subprime* hubiera sido el único problema España habría podido salir bien librada de la crisis, como en un primer momento pensó equivocadamente el Gobierno. Pero la crisis *subprime* dio paso a una sequía de crédito, no solo hipotecario sino también para la nanciación empresarial.

En todo caso, el n de la burbuja inmobiliaria habría supuesto la desaparición de un sector crucial de la economía española durante la década pasada, y una tremenda destrucción de empleo. Pero, además, la inexistencia de crédito dejó sin nanciamiento a muchas empresas no vinculadas directamente a la construcción, a la vez que las golpeaba la caída del consumo provocada por el pinchazo de la burbuja. Fue así como, una vez que el sector de la construcción dejó de destruir empleo, lo siguieron haciendo otros sectores.

¿Por qué se produjo la sequía de crédito? Se comprende que los bancos con activos tóxicos debieran dar prioridad a la recomposición de sus balances y restringieran el crédito. Pero es que además los

bancos que no tenían ese problema habían nanciado al sector inmobiliario y habían concedido créditos hipotecarios: así, tras el pinchazo de la burbuja se encontraban con un alto volumen de créditos potencialmente incobrables, lo que les obligaba también a dar prioridad a la recomposición de sus balances.

Por otro lado, durante los años de expansión y abundante liquidez los bancos se habían endeudado para realizar sus operaciones, ya que con bajos tipos de interés les era difícil ampliar su cientemente sus recursos propios captando depósitos. Una vez que estalla la crisis, los bancos —y no solo las familias y las empresas— se encuentran con problemas de endeudamiento, y en medio de una profunda descon anza interbancaria deben recurrir a las facilidades extraordinarias de liquidez que introduce el Banco Central Europeo (BCE).

El problema no son solo los originales activos tóxicos —el caso alemán— ni los activos inmobiliarios —el caso español— o una combinación de los dos —como en Irlanda y Reino Unido—, sino también la sequía de crédito provocada por el endeudamiento de bancos, empresas y familias: la crisis keynesiana se complica con una crisis de deuda, que no provoca la quiebra de los bancos gracias a la intervención pública —algo se ha aprendido desde 1929—, pero que con la evaporación del crédito —y su impacto en las empresas— impide una rápida salida keynesiana de la recesión. Con el hundimiento del valor de los activos se entra en un momento Minsky (Minsky, 1986).

Así, Europa Occidental, como Estados Unidos, se encontró atrapada a la vez por una fuerte caída de la demanda y un alto endeudamiento de los ciudadanos y de las empresas, en especial de la banca. Pero a partir de esa doble trampa, los caminos comenzaron a diferir. Mientras Estados Unidos, bajo la presidencia de Obama, apostó por una recuperación basada en los estímulos públicos, en Europa solo algunos países optaron por los estímulos, y Alemania en particular jó su objetivo en volver a crecer sobre la base de las exportaciones y negándose a introducir estímulos de la demanda, tanto en la forma de inversiones públicas como en la de recortes de impuestos.

Aquí es donde la ideología comenzó a jugar un papel decisivo: la oposición republicana bloqueó el ambicioso programa de estímulos del gobierno federal en Estados Unidos. Pese a hacer un diagnóstico keynesiano de la crisis, Obama no pudo llevar adelante sus planes iniciales de realizar grandes inversiones públicas para modernizar las infraestructuras de transporte y la red de energía, y para desarrollar la producción de energía por la vía de las tecnologías alternativas. Y tras

las desastrosas elecciones a mitad de periodo (en 2010), se encontró a la defensiva en el Congreso, ya que los electores le culparon a él —y no al obstruccionismo republicano— de no haber podido reducir los altos niveles de desempleo.

En Europa, el primer ministro Gordon Brown, en Reino Unido, y Rodríguez Zapatero en España, optaron también por medidas keynesianas. Pese a que España partía de una situación de superávit y de bajos niveles de deuda pública —inferiores al 40 por ciento en 2008—, la combinación de los gastos del desempleo y de las medidas de estímulo —que no resultaron demasiado e caces por su diseño temporal— disparó el dé cit sin lograr frenar la destrucción de empleo. En el Reino Unido la combinación de dé cit y desempleo condujo a la derrota de Gordon Brown en mayo de 2010, y ese mismo mes Zapatero anunció un drástico giro en su política para dar prioridad a la reducción del dé cit.

Para entonces la crisis en Europa había entrado en una fase nueva. Tras su nombramiento como primer ministro en octubre de 2009, el socialista Yorgos Papandreu reveló que el gobierno anterior —del conservador Kostas Karamanlis— había falseado las cifras de dé cit, y que estas eran del 12,7 por ciento en vez del 3,7 por ciento. Poco más tarde se supo además que la entrada de Grecia en el euro —durante el Gobierno del socialista Konstantinos Simitis— se había logrado ocultando los datos reales de la economía griega, mediante ingeniería nanciera con el asesoramiento de la gran banca de inversiones. En medio del escándalo subsiguiente se desató una fuerte descon anza hacia la deuda griega, y, lo que es peor, se abrió el abanico de las rentabilidades exigidas por el mercado a los bonos de los diferentes países del euro.

Desde la entrada en vigor de la moneda única, los diferenciales de la deuda de los países del euro respecto al bono alemán se habían reducido drásticamente, como si la solidez del marco y de la economía alemana hubiera pasado a ser compartida por los 17 países de la eurozona. Este espejismo se rompe de forma dramática con la crisis griega, y el abanico de las rentabilidades que los mercados exigen para comprar deuda de los distintos países se abre espectacularmente. Los europeos descubren así en 2010 el signi cado de la prima de riesgo, el diferencial entre los rendimientos que los mercados exigen a los bonos de sus países y el de los bonos alemanes, que siguen siendo los que ofrecen mayor con anza a los inversores.

Evidentemente esto era y es racional. No es lógico tener la misma certeza sobre el pago de la deuda de un país de baja productividad y

capacidad exportadora que sobre el pago de la deuda alemana. Pero a partir de ahí los diferentes niveles de deuda y dé cit se convierten en un grave problema, pues la nanciación de los países más de citarios y endeudados se hace cada vez más cara. La superación de la barrera del 7 por ciento en la rentabilidad de los bonos a diez años se consideró determinante para poner en marcha los planes de rescate de Grecia, Irlanda y Portugal, lo que signi caba la intervención de sus economías por la *troika* (la Comisión Europea, el BCE y el FMI) a cambio de una nanciación que no podían ya obtener a intereses razonables en el mercado.

Desde 2010 se impone en la Eurozona un notable cambio de perspectiva frente a la euforia keynesiana que había caracterizado los primeros meses de la crisis. Ahora se pasa a hablar de consolidación scal y de austeridad expansiva, con la idea notablemente ideológica de que los recortes en el gasto público y en el dé cit abrirían el paso a una nueva con anza de los mercados y a una recuperación de la inversión. Este enfoque se ha demostrado terriblemente equivocado: el precio de los programas de austeridad ha sido un incremento de la desigualdad y fuertes retrocesos sociales, sin impulsar un nuevo crecimiento.

El crecimiento solo ha vuelto cuando el BCE ha adoptado una doble estrategia expansiva, a través del abaratamiento del dinero y las facilidades crediticias a la banca, por un lado, y por otro mediante la compra de deuda en el mercado secundario, lo que le ha permitido en cierta medida soslayar las barreras de sus propios estatutos aun enfrentándose a la clara oposición del Bundesbank y de los economistas defensores de la austeridad, no solo en Alemania y sus países aliados (Holanda, Austria y Finlandia), sino también en la propia Comisión Europea.

Ahora bien, aunque la Eurozona y la UE han salido de la recesión, el nuevo crecimiento está mostrándose débil y vacilante, manteniéndose altas tasas de desempleo y, sobre todo, un claro deterioro de las condiciones de trabajo, con una grave precariedad y una tendencia al recorte o estancamiento de los salarios. Estos eran costes asumibles para los defensores de la austeridad en la medida en que se suponía que la “de ación interna” abriría el camino a una ganancia en competitividad y al crecimiento basado en las exportaciones, siguiendo el modelo alemán.

El problema es que el frenazo de la economía china y la caída de los precios de las materias primas ha provocado una crisis de los países emergentes, de forma que el contexto global se ha deteriorado y el

crecimiento comercial es insu ciente para impulsar el regreso a tasas altas de crecimiento en los países desarrrollados. Y en medio de esta "tormenta perfecta" se han ido acumulando los agravios, desde los costes iniciales de la crisis y el alarmante aumento de la desigualdad hasta las negras perspectivas de futuro para los jóvenes.

LOS ECONOMISTAS Y EL MALESTAR EN LA DEMOCRACIA

Hemos visto desde los años setenta del siglo XX un doble ascenso de los economistas. Por una parte como profesionales de mayor prestigio dentro de las Ciencias Sociales. Por otra como intérpretes de la realidad social desde una perspectiva en la que los valores de mercado gozan de un indudable privilegio frente a cualesquiera otros. Esto ha conducido a una notable paradoja: mientras que su prestigio proviene de la elegancia y el rigor con el que utilizan sus herramientas conceptuales, cuando dan sus opiniones sobre la realidad social muy a menudo lo hacen sin especial información ni rigor metodológico, pese a lo cual alcanzan una gran in uencia (Sánchez-Cuenca, 2016).

Sin embargo esas opiniones pueden ser muy peligrosas, en primer lugar porque refuerzan la idea de que los valores económicos —la maximización de la utilidad— deben ser el criterio supremo de organización de la vida social. Pero es que además pasan de puntillas sobre el problema de la asignación de los costes y bene cios de los propios cambios que promueven, es decir, ignoran el terreno de la política y de la democracia. Peor aún, a menudo condenan cualquier objeción sobre el reparto de costes y bene cios interpretándola como expresión de una estrategia de "captación de rentas".

Se sabe que no puede existir una sociedad "de mercado" en el sentido de que su organización se realice sin instituciones, y por tanto sin instituciones democráticas de gobierno. Las instituciones no solo son necesarias para regular el mercado, sino para hacer posible su existencia misma. Se pueden buscar instituciones más e cientes, pero no se puede ignorar que sin el coste de crear y mantener instituciones se cae en la aparición de costes de transacción irracionales y disfuncionales para el mercado y la economía (North, 1981).

Desde esta perspectiva, el desinterés y la frivolidad de muchos economistas al opinar sobre la sociedad real y al considerar sus dimensiones políticas ha tenido y tiene consecuencias muy negativas. Su ilusión de crear productos nancieros inasequibles al riesgo nos ha conducido a la Gran Recesión. Su capacidad para bloquear, desde el

Bundesbank o desde la Comisión Europea, las políticas expansivas, no solo ha pospuesto la recuperación y sumido a la UE en la fase actual de estancamiento, sino que ha fomentado un malestar colectivo del que surge un impetuoso populismo que expresa el sentimiento de impotencia de muchos ciudadanos.

Si hay tantos ciudadanos irritados por la política de sus gobiernos, la razón no siempre debe buscarse en la gestión de estos, sino también en la sensación de que los políticos terminan por hacer no lo que les piden sus electores, sino lo que prescriben unos economistas que nadie sabe ante quién responden (Fernández-Albertos, 2012; Rodrik, 2011). Así se crea un clima hostil hacia los economistas, que en buena medida es consecuencia de la megalomanía, el doctrinarismo o la desfachatez de algunos de ellos (Rodrik, 2015).

Cuando los mecanismos de la democracia no permiten satisfacer las demandas de los ciudadanos, el riesgo de que surjan partidos y gobiernos aventureros y populistas aumentará, y también el peligro de que la economía pueda sufrir daños aún más graves. El malestar en la democracia puede llegar a afectar nuestro modelo de sociedad si no es posible recuperar la primacía de la política frente a la prepotente voluntad de economistas nada conscientes de los límites de su saber, de sus creencias y de sus valores.

BIBLIOGRAFÍA

FERNÁNDEZ-ALBERTOS, J. (2012): *Democracia intervenida: políticas económicas en la gran recesión*, Madrid, Los Libros de la Catarata.

FRÖEBEL, F.; HEINRICHS, J. y KREYE, O. (1980): *La nueva división internacional del trabajo*, Madrid y México, Siglo XXI [*Die neue internationale Arbeitsteilung*, Reinbek, Rowohlt, 1977].

GLYN, A. (2010): *Capitalismo desatado: nanzas, globalización y bienestar*, Madrid, Los Libros de la Catarata [*Capitalism unleashed: nance, glabalization and welfare*, Oxford, Oxford University Press, 2006].

HALL, P. A. (1992): "The movement from Keynesianism to monetarism: institutional analysis and British economic policy in the 1970s", en S. Steinmo, K. Thelen y F. Longstreth (comps.), *Structuring politics:*

historical institutionalism in comparative analysis, pp. 90-113, Nueva York, Cambridge University Press.

HELLEINER, E. (1994): "Freeing money: why have states been more willing to liberalize capital controls than trade barriers?", *Policy Sciences*, 27, pp. 299-318.

HIRSCHMAN, A. O. (1989): "Contra la parquedad: tres maneras fáciles de complicar algunas categorías del discurso económico", en *Enfoques alternativos sobre la sociedad de mercado*, pp. 142-159,

México, FCE ["Against parsimony: three easy ways of complicating some categories of economic discourse", *American Economic Review*,74 (2), pp. 88-96, 1984].

JUDT, T. (2010): *Algo va mal*, Madrid, Taurus [*Ill fares the land*, Nueva York, Penguin Press]. MINSKY, H. P. (1986): *Stabilizing an unstable economy*, New Haven, Twentieth Century Fund y Yale University Press.

NORTH, D. C. (1984): *Estructura y cambio en la historia económica*, Madrid, Alianza [*Structure and change in economic history* , Nueva York, Norton, 1981].

OBSTFELD, M. (1998): "The global capital market: benefactor or menace?", *Journal of Economic Perspectives*, 12 (4), pp. 9-30.

PARAMIO, L. (2000): "Decisión racional y acción colectiva", *Leviatán* ,79, pp. 65-83. — (2012): "En el Maelström: la crisis de Europa", *Con guraciones* (México), 32, pp. 8-20. POLANYI, K. (1944): *The great transformation*, Boston, Beacon Press [*La gran transformación*, Madrid, La Piqueta, 1990].

RODRIK, D. (2011): *The globalization paradox: democracy and the future of the world economy*, Nueva York, W.W. Norton [*La paradoja de la globalización*, Barcelona, Antoni Bosch, 2012].

— (2015): *Economics rules: the rights and wrongs of the dismal science*, Nueva York, W.W. Norton [*Las leyes de la economía* , Bilbao, Deusto, 2016].

SÁNCHEZ-CUENCA, I. (2016): *La desfachatez intelectual*, Madrid, Los Libros de la Catarata. SENNETT, R. (2000): *La corrosión del carácter: las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*, Barcelona, Anagrama [*The corrosion of character: the personal consequences of work in the new capitalism*, Nueva York, Norton,1998].

SIMON, H. A. (1955): "A behavioral model of rational choice", *Quarterly Journal of Economics*, 69, pp. 99-118 [reimpreso en *Models of man*, pp. 241-260, Nueva York, Wiley, 1957].

SMITH, D. (1987): *The rise and fall of monetarism: the theory and politics of an economic experiment*, Londres, Penguin (2ª ed., 1991).

THORP, R. (1998): *Progress, exclusion, and poverty: an economic history of Latin America in the 20th century*, Baltimore, Johns Hopkins University Press y Wahington, InterAmerican Development Bank [*Progreso, pobreza y exclusión: una historia económica de América Latina en el siglo XX*, Washington, Banco Interamericano de Desarrollo].

WEATHERALL, J. O. (2013): *Cuando los físicos asaltaron los mercados: una historia sobre cómo se trató de predecir lo impredecible*, Barcelona, Ariel [*The Physics of Wall Street*: *A brief history of predicting the unpredictable*, Boston, Houghton Mif in Harcourt].

CAPÍTULO 3

VENDER A TU MADRE: LA MERCANTILIZACIÓN DE LA NATURALEZA Y LA CRISIS ECOLÓGICA GLOBAL

JUAN MANUEL IRANZO

INTRODUCCIÓN

"Era el mejor de los tiempos, era el peor de los tiempos, la edad de la sabiduría, y también de la locura; la época de las creencias y de la incredulidad; la era de la luz y de las tinieblas; la primavera de la esperanza y el invierno de la desesperación." Así comienza *Historia de dos ciudades*, la novela de Dickens que transcurre en los días de la Revolución Francesa. Podría ser también una descripción más dedigna de los nuestros que el engreído discurso habitual, que hace unos años incluso proclamó el n de la Historia. Ciertamente, vivimos tiempos extraordinarios —de extrema incertidumbre—.

Nunca antes el ser humano había tenido medios de información, comunicación y cálculo de tanto alcance, capaces de impulsar un diálogo universal continuo y multitudinario y de generar una fabulosa cosecha de ideas teóricas e iniciativas prácticas originales, de síntesis creativas y sueños visionarios, ni había sido nunca mayor tampoco, ni en los años treinta del siglo XX, el peligro de que, debido a su control o manipulación por parte de distintos Estados y de las empresas hegemónicas de comunicación, tecnológicas, nancieras, etc., se extienda dogmática o autoritariamente la visión única de la realidad de uno o varios de los fundamentalismos — corporativos, ideológicos, nacionalistas o religiosos— que compiten por aumentar su control global. Jamás habían tenido la ciencia, la tecnología y la industria tan inmensas capacidades de descubrimiento, invención e innovación, pero tampoco se habían enfrentado nunca antes a un desafío aparentemente tan difícil como la crisis ecológica global , que amenaza con provocar el colapso de la civilización industrial. Nunca había sido mayor el poder y la libertad de la humanidad para escribir el guión de su propia historia ni tan grande el riesgo de que esta llegue a desmoronarse irreversiblemente como resultado de una catástrofe anunciada.

Era algo sabido desde que en 1972 el primer informe encargado por el Club de Roma, Los límites del crecimiento, mostró que si persistía la tendencia al aumento de la población, la producción agropecuaria e industrial y la emisión de desechos agotaría las materias primas, los sumideros de polución y la fecundidad del suelo del planeta y la sociedad industrial sufriría, en el siglo XXI, un colapso económico y

demográ co de consecuencias sociales inimaginables. El estudio de 1992 reveló que ya durante la década anterior la humanidad había degradado la capacidad de sustentación de la Tierra hasta situarla por debajo del nivel necesario para sostener la economía global sin destruir "capital natural", esto es, solo con el excedente de la producción natural anual del planeta. Rebasados los límites del crecimiento, comienza una cuenta atrás en la que el desequilibrio y la inestabilidad del sistema crecerán hasta que un factor decisivo cruce un umbral catastró co y provoque el colapso. El siguiente informe corroboró en 2006 que la trayectoria seguía inalterada y señaló dos problemas críticos inmediatos: el "cénit de petróleo", que la extracción de hidrocarburos mediante fractura hidráulica ha pospuesto agravando el otro, el cambio climático. La última indicó que evitar el colapso exigiría un complejo y difícil decrecimiento controlado hacia la sostenibilidad (Meadows *et al.*, 1972, 1992, 2006; Randers, 2012).

Incluso si se logra abastecer la economía mundial con un surtido de energías sostenibles, otros límites esperan su turno impacientes: el del cobre, tan escaso y valioso que proliferan los robos en instalaciones mal vigiladas, y cuyo único y último paliativo parece ser una gran mina en Mongolia que se explota desde 2013. O el del fósforo, imprescindible para la agricultura y cuyas reservas se habrán agotado a nales de siglo. O las "tierras raras", compuestos metálicos muy escasos, hoy indispensables para la industria informática, y cuyo horizonte de agotamiento está aun más próximo. ¿Cómo puede ocurrirnos esto a nosotros, la especie más inteligente y la civilización más avanzada que jamás haya existido? ¿Cómo comprender y resolver la paradoja de que nuestra actividad está destruyendo sus mismas condiciones de existencia?

Si la Tierra muere envenenada, el crimen debe tener un culpable. Quizá, como en tantas novelas negras y películas del género, sea esa bella e ingenua joven, siempre dispuesta a ayudar, pero en cuyo fondo acaso late un ciego impulso autodestructivo. O, por el contrario, tal vez sea este el momento de la anagnórisis, la revelación, el instante trágico en que el héroe descubre en sí mismo al culpable, como Edipo o el doctor Jeckyll. Traducido a nuestro dilema, la tecnología y la naturaleza humana en su versión más común, la del *homo economicus*, son los sospechosos habituales. Alguien deberá arrostrar su mirada en el espejo y quizá descubramos el retrato de Dorian Grey, pero antes hemos de conocer mejor a los personajes y, antes aun, qué clase de personajes son.

En su discurso de recepción del Premio Cervantes, Rafael Sánchez Ferlosio (2004) recuerda cómo un espectáculo de títeres al que una tarde llevó a su hija pequeña le hizo re exionar sobre la diferencia entre obras de argumento y obras de manifestación, cavilación que le condujo a la distinción de Walter Benjamin entre carácter y destino. Aplicadas a los protagonistas de El Quijote, se advierte que Sancho Panza no hace sino manifestar su carácter, por más que este cambie, se enriquezca y se matice en el curso de las aventuras. Muchos personajes del libro son también así: su vida consiste en ser quienes son. Otros, en cambio, persiguen un destino y de su empeño nacen argumentos: unos quieren terminar estudios, otros escribir libros, este ganar dinero, aquel casarse con su amor. Don Quijote es diferente porque es un personaje de carácter, pero el núcleo de este, y de su locura, es querer ser un personaje de destino, a saber, ganar inmortal fama como caballero andante —por eso, desde los primeros instantes de su primera salida se da a imaginar el argumento de la historia que de sus gestas habrá de escribirse—.

Aplicada la distinción a culturas y civilizaciones, casi todas entrarían en la categoría de personajes de carácter en tanto que entienden su devenir histórico como maduración de un modo de ser cuya expresión solo puede crecer cuantitativamente, por su expansión política o su in uencia cultural, o mejorar cualitativamente, merced al logro de una excelencia de nida y evaluada en sus propios términos. Algunas civilizaciones orbitan en torno a una misión cósmica: en la China imperial cada acción debía realizarse cabalmente como un rito apropiado para, dando cauce adecuado al chi, energía vital del mundo, mantener o restaurar la armonía del Cielo y la Tierra; en la India tradicional toda acción debía buscar puri car el alma, acumulando buen “karma” (mérito) a través de sucesivas reencarnaciones hasta alcanzar la paz del nirvana; otras culturas ofrecían sacri cios de sangre para restaurar la vitalidad y posponer la muerte del mundo. Esas metas son intrínsecas a su identidad, pues sirven al benigno orden superior del que dichas culturas son un elemento más, aunque justamente sobre el que recae la responsabilidad esencial de asegurar la pervivencia del todo.

La civilización moderna es distinta y no es casual que El Quijote sea la novela inaugural de su narrativa: la cultura moderna es quijotesca porque el núcleo de su carácter es la doliente ausencia y perentoria búsqueda de un destino. Quizá se deba a la creciente preeminencia de

la actividad mercantil desde nales de la Edad Media (La tunda que recibe don Quijote a manos de un criado de los mercaderes de sedas que viajan a Sevilla sería aquí alegórica y emblemática). El mercader busca el máximo bene cio vendiendo lo que satisfaga la demanda del cliente; cuál sea esta le trae sin cuidado. A escala social esa individualidad de los nes parece augurar el caos total. Para prevenirlo, la Reforma y la Contrarreforma propugnaron la salvación como meta común y estabilizador social. Las guerras de religión, la guerra de los Treinta Años y la revolución cientí ca hicieron patente su fracaso.

Estos "mitos" son lo que los posmodernos llamaron despectivamente "gran narrativa", a la vez que anunciaban su muerte. Quizá prematuramente, porque una civilización parece no poder subsistir sin el arbotante cultural de una gran narrativa, al menos no la civilización moderna —en otros contextos también llamada industrial u occidental —. Quizás esta necesita, además, una narrativa muy singular. La primera gran narrativa propiamente moderna que intenta articular y legitimar el orden secular de una sociedad cada vez más libre es la Ilustración. Su ilusión de educación y prosperidad para todos se disolvió en veinticinco años de guerras revolucionarias y napoleónicas. La siguiente fue la narrativa del progreso, cuyos grandes ve híc ulos fueron la industrialización y el colonialismo; se hizo humo en el crematorio de Auschwitz y el hongo de Hiroshima. El presidente de Estados Unidos, Harry Truman, propuso una nueva narrativa en 1945: necesitado de crear demanda para ocupar la inmensa maquinaria industrial desarrollada en la contienda y pagar la enorme deuda de guerra, prometió el desarrollo (económico) a todos sus aliados contra la Unión Soviética. Funcionó, pese a las crisis del petróleo, las recurrentes crisis nancieras y la obstinada pobreza global… Hasta que llegó la crisis ecológica global.

Esta engloba los crecientes procesos de deterioro del medio por la explotación insostenible de recursos renovables e insu ciente reciclado de los no renovables; la saturación de los espacios terrestres, acuáticos y atmosféricos que reciben los desechos de la actividad humana; la disminución absoluta y la pérdida de biodiversidad y complejidad ecosistémica de la biota planetaria; y la modi cación del clima. Su resultado es la paulatina degradación y pérdida de muchos bienes y servicios geobioquímicos antes gratuitos o poco costosos, como la estabilidad climática o la polinización y una acelerada tendencia a la simpli cación, declive y desaparición de "zonas de sacri cio", paisajes y culturas que, desde la óptica dominante, carecen de valor económico (el único contemplado en ausencia de resistencia social). Su derivación última podría ser la inviabilidad de una civilización industrial compleja. La crisis ecológica global desacredita la narrativa

del progreso hasta hacer necesaria una nueva gran narrativa: la del desarrollo sostenible, de nido en la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro (1992) y convertido por los Objetivos de Desarrollo Sostenible (que continúan y amplían los Objetivos del Milenio y la ONU aprobó en 2015) en la que, con todas sus limitaciones, quizá sea la primera política pública realmente global de la historia.

Este planteamiento, aún impreciso e incierto, revela una amenaza clara y nuestra única esperanza para evitar el crimen radica en detener a tiempo al culpable. ¿Lo lograremos? Interroguemos a los sospechosos, empezando por el *homo economicus*, que de ende su inocencia y acusa a una tecnología obtusa o abyecta. Para investirse de autoridad, su alegato es deliberadamente técnico y prolijo.

LA VERSIÓN OFICIAL

Como el clima, los seres vivos son sistemas termodinámicos caótico-deterministas lejos del equilibrio: vivir es captar energía y materia del medio y organizarla para mantener, reparar y reproducir su forma, una estructura disipativa que se degrada y dispersa termodinámicamente sin cesar hasta que, nalmente, mueren; son, además, sistemas autopoiéticos adaptativos, que a lo largo de su existencia individual y colectiva como especies, varían su forma por sí mismos, en respuesta a información interna (crecen y se desarrollan según una genética mutable y obran movidos por pensamientos y emociones) o su entorno (percepción, sensación, alimentos, clima…) (Monod, 1989; Prigogine, 2013). A la especie que evoluciona antientrópicamente, que crea orden en forma de una población mayor de individuos más efectivos y resilientes, con mejor probabilidad de sobrevivir, se la considera un “éxito adaptativo”.

Cuando las fuentes de materia y energía accesibles son abundantes, los seres vivos tienden a multiplicarse exponencialmente. Limitan su expansión las condiciones físicas, los depredadores y parásitos, la competencia de especies dependientes de los mismos recursos y el acervo de estos, que varía inversamente con la población que lo consume: cae cuando esta crece y se recobra cuando, por su escasez, disminuye. Las especies tienen un destino marcado: solo sobreviven las que alcanzan un equilibrio dinámico estable con los demás componentes de su ecosistema. La humana lo tuvo y lo perdió a causa de la pasión fáustica de la tecnología que tienta al “hombre”

(abreviatura patriarcal de “las diversas culturas y grupos humanos”) con nuevas e insanas formas de aumentar su poder sobre su entorno. El depredador que diezma a su presa hasta poner en peligro su capacidad de reproducción puede propiciar la extinción de ambos, algo que podría ocurrirnos.

La naturaleza social es una ventaja adaptativa y competitiva decisiva, más aun la cultura (Wilson, 2012), en particular la tecnología. Gracias a esta la humanidad usa el 85 por ciento de la tierra bioproductiva del planeta. La Tierra tarda 1,6 años en regenerar lo que consumimos en un año (huella ecológica: 1,6 tierras). Por eso decaen recursos (bosques, mantillo, caladeros) que se mantendrían o aumentarían si se usufructuasen sostenieblemente (véase footprintnetwork.org). Como las demás, la especie humana toma del medio cuanto le apetece y puede —pero en aquellas la saciedad natural colma un apetito que en ella parece insaciable—; y es, con mucho, la que más e cazmente explota el medio. Resultado: su población se acerca a 7.500 millones de individuos (véase worldometers.info). Al ser una especie cultural, esta expansión tiene una historia.

Hace unos siete millones de años divergen las líneas evolutivas que llevan a los chimpancés y humanos actuales. Hasta hace 2,85 millones de años su único rastro son sus esqueletos. Desde entonces se hallan útiles de piedra — que dan nombre al Paleolítico—. El bienestar humano en esa era, materialmente pobre, es objeto de debate (Hobbes, 2014; Sahlins, 1983; Diamond, 2013); su sostenibilidad, no. El registro fósil no exhibe un impacto sensible e irreversible de esos humanos; tampoco de los actuales, surgidos hace 250.000 años. Pero algo pasó poco antes de salir de África, hace menos de 125.000 años: el patrón temporal de la extinción de la megafauna es casi paralelo al de su llegada a cada región —mamuts, canguros, tortugas y alces gigantes—, y también neandertales y denisovanos.

Los pueblos paleolíticos actuales descienden de quienes se adaptaron a cazar, pescar y recolectar sosteniblemente. Los que no lo hicieron se extinguieron o empezaron a seguir y luego a criar animales y a cultivar el suelo, prácticas que reducen la biodiversidad local en bene cio de especies más sabrosas y ricas en nutrientes. En el Neolítico, edad ardua y materialmente austera, con crisis de subsistencia cíclicas, la prosperidad aumentó gracias ante todo al paulatino dominio del trabajo de los metales, el control de la fuerza motriz de los animales, el viento y el agua, y la paulatina invención de máquinas. Son culturas sostenibles hasta el límite de la tierra cultivable, que, merced a los frenos maltusianos, aún no se había

alcanzado a nales del siglo XVIII.

En 1776 Watt vende sus primeras máquinas de vapor alimentadas con carbón y nace el periodo industrial extractivo, llamado así por sus fuentes de energía (hidrocarburos y uranio), su explotación destructiva de algunos recursos renovables, su insu ciente reciclaje de los no renovables y su uso de una desigualdad creciente como incentivo —positivo para el ganador, negativo para el resto— de extracción de esfuerzo de la población (Klein, 2015). Hemos tardado casi 250 años en advertir que este consuntivo sistema productivo es insostenible y el largo proceso de aprendizaje y toma de conciencia resulta también revelador.

Sus hitos serían el Gran Smog que en 1952 mató en Londres a 12.000 personas; en 1962 el libro *Primavera silenciosa* (Rachel Carson, 2010), que denunció los pesticidas que devastaban la biodiversidad; en 1972, el Informe del Club de Roma que alertó del posible colapso socioeconómico global; el agujero de ozono descubierto en 1985; en 1992 el colapso por sobrepesca del centenario caladero de Terranova; en 2007 el IV Informe del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC), que sentenció la realidad y origen humano del cambio climático; y el Informe Stern, que calculó una pronta y severa reducción del crecimiento económico si no se actuaba efectivamente contra la crisis ecológica global, a la que llamó “el mayor fallo de mercado” de la historia, y acabó con el negacionismo corporativo y político.

Al constatar la insostenibilidad de la civilización industrial, la inteligencia de la especie habría iniciado la transición a un futuro donde vivirá por debajo de la capacidad de carga del planeta. En 1972, se celebró en Estocolmo la primera Cumbre de la Tierra y sigue celebrándose cada diez años; en 1989 se rmó el Protocolo de Montreal y en 1997 el de Kioto, ambos creados con el n de preservar los servicios ecológicos de la atmósfera; y, en 2015, la Cumbre del Clima de París, donde los gobiernos de 195 países se comprometieron a que la concentración atmosférica de gases de efecto invernadero dejase de crecer en 2050 o antes, y a contener el calentamiento global por debajo de 1,5-2 ºC en 2100. Esta secuencia marca una tendencia: al n, la gobernanza global, el capitalismo verde y una tecnociencia rehabilitada crearán las sinergias necesarias para alcanzar la sostenibilidad.

LAS DOS CARAS DE LA TECNOLOGÍA (ALIAS ‘HOMO FABER’)

Es el turno de descargo de la tecnología. Segura de la seducción de su belleza y su poder, siente que *homo economicus* está en sus manos. ¿Vivían los humanos en el edén hasta que la tentadora tecnología les indujo a pecar con lo arti cial innecesario? Entonces ella misma es la única salvación posible: una mesías tecnológica de lo su ciente sostenible. Como una heroína literaria o cinematográ ca de la era prefeminista, no se avergüenza de su falta de carácter. Su destino lo han dictado siempre otros; por eso sirve a la destrucción del medio. Pero puede servir también a su restauración. No faltan ejemplos de tecnologías sostenibles (véanse, para empezar, las páginas de https://en.wikipedia.org sobre Rocky Mountain Institute, Wuppertal Institute, Cradle to Cradle design o Factor_10, y sus enlaces derivados, así como http://www.appropedia.org). La di cultad, dice lánguidamente, es menos física que simbólica. Pero, de pronto, se detiene, se pone las gafas y ya no es la bella necia que parecía hace un momento. Carraspea, adopta un ademán profesoral y, como si quisiera competir con *homo economicus* en aridez, pro ere este discurso:

Algunas tecnologías sostenibles son temporalmente menos productivas que las insostenibles, como la agricultura ecológica, hasta que el suelo se regenera y obtiene un suministro apropiado de fertilizantes. Otras lo son intrínsecamente: para producir una misma cantidad de trabajo hay que invertir más energía si se la genera con tecnología solar o eólica que empleando hidrocarburos —que se extraen mecánicamente del suelo, son estables, portátiles y generan trabajo con solo quemarlos en un motor—. Su menor e ciencia termodinámica se traduce en el mercado en una inferior rentabilidad bruta que otros factores pueden modi car: subvenciones, ayudas, créditos, impuestos, desgravaciones, reglas de competencia, publicidad, movilización social…

Pero toda asignación que favorezca a la técnica menos e ciente supone una desventaja relativa frente a quien la omita. De ahí los dilemas del "voluntario" y del "gorrón": el coste añadido para el primer agente en proporcionar un bien común y la ganancia de quien se bene cia sin contribuir a él. El único obstáculo para la sostenibilidad sería la excesiva extensión y mala regulación del mercado, una responsabilidad del *homo economicus* en la que habría pecado de hibris —soberbia y prepotencia—.

Una cierta clasi cación de los bienes se basa en las nociones de exclusividad, rivalidad y posicionalidad. Un bien es exclusivo solo si existe la capacidad técnica y política para excluir a determinadas personas de su uso o consumo, y se utiliza. Un bien es no rival si cuando un agente lo usa su disponibilidad para otros no disminuye —bienes públicos naturales como los servicios ecológicos (energía solar, autodepuración de cursos de agua, polinización…) y arti ciales como la defensa, la televisión y el alumbrado públicos—. Y hay bienes antirivales cuya creación colectiva bene cia a los productores, y a veces a otros, más que si lo produjeran individualmente: educación e investigación públicas, vacunación, software libre… Es posicional el bien cuyo consumo por un agente deteriora su disponibilidad para otros, ya sea exclusivo —clubes privados, estaciones de esquí—, o no exclusivo —carreteras, playas, museos, salas de conciertos y espacios naturales públicos—.

Si se produce congestión conviene racionarlo, variando su precio según la demanda (clubes),

estableciendo cuotas (aforos) o asignando derechos a un grupo particular: “santuarios”

cientí cos, discriminación positiva… Que un agente use o consuma un bien rival reduce su disponibilidad para otros. Son bienes rivales (exclusivos) todas las mercancías y (no exclusivos) los de libre acceso, víctimas, en circunstancias sociotécnicas adversas, de la tragedia de los bienes comunales: caladeros en aguas internacionales, la atmósfera y el océano como sumideros de gases de efecto invernadero… (Daly y Farley, 2011).

Un bien de mercado lo es porque así lo determinan las circunstancias sociopolíticas y sociotécnicas de la colectividad que lo regula; el mercado, si se lo instituye y regula correctamente, es el medio más e ciente para asignar recursos a su producción. Los demás bienes, por su parte, los han administrado efectiva, resiliente y sosteniblemente durante siglos comunidades populares y estados (Ostrom, 1990). Obsesionados con la tragedia de los comunales, los defensores del mercado ignoran estos bienes; para ellos, la crisis ecológica global sería consecuencia únicamente de una de ciente de nición y asignación de derechos de propiedad. El mercado actual, basado en la propiedad privada administrada con espíritu capitalista, es un modo de asignar recursos más e ciente que el Estado —dicen—, pues, en principio, se hundiría si cediese a irracionalidades como la presión de masas o la corrupción, comunes en política. Por eso, privatizar y comercializar el medio natural solucionaría la crisis. Pero esta medida no resuelve dilemas como este: existe ya un barco prototipo capaz de limpiar la basura plástica del mar y reutilizarla como combustible, pero como la salud de la vida marina es un bien público nadie paga por él y está a la espera de que donaciones corporativas, subvenciones públicas o una tasa a la fabricación de plásticos nancien sus operaciones (*El País Digital*, 20.01.16).

Los detractores del mercado replican que es incapaz de generar bienes comunes; que el dominio sobre un gran capital con ere poder político; que el culto a la e ciencia sacri ca la resiliencia, la sostenibilidad y la justicia social; que el funcionamiento de los mercados reales se asemeja poco a las descripciones de sus teorías y, sin un buen control público, tienden con frecuencia a ser corruptos, concentrar la propiedad y generar desigualdad; en n, reivindican una propiedad, administración o regulación pública informada y responsable, legitimada y controlada democráticamente. Pero ¿qué pueden ante al poder efectivo de los directores ejecutivos, los consejos de administración y las agencias multinacionales de valoración? Y, ¿qué debo hacer yo? —se pregunta—. Me siento tan confusa…

UNA CONFESIÓN MUY DUDOSA

Con apenas un hilo de voz quebrada recuerda que ella misma, no menos que la Naturaleza, y como toda forma de conocimiento, es un bien público y, como tal, un mercado motivado solo por el propio interés inmediato, en su incorregible miopía, nunca la proveerá cuanto es posible y deseable para el bien común (Olson 1971), ni siquiera en un momento crítico como este. Parece a punto de llorar y su dolor conmueve hondamente a *homo economicus*, que en el fondo la ama, y al n con esa:

Sí, soy yo quien está destruyendo el medio, pero no es mía toda la culpa. Yo me limito a procurar que el sistema de producción y distribución sea e ciente, pero las malas compañías

me han pervertido. Esa torpe teoría neoclásica que ve la naturaleza como mero “capital natural”, perfectamente sustituible por capital arti cial si la razón entre sus costes de amortización, mantenimiento y operación y sus bene cios monetarios son iguales, me hizo olvidar todas las bené cas utilidades no cuanti cables de los ecosistemas y el clima.

Peor aún sería la teoría monetarista, favorita de los neoliberales, esa banda de gánsteres que, en su cruzada contra la in ación que deteriora la competitividad empresarial en un mercado global que pretenden omnímodo, apenas repunta aquella exigen a la autoridad monetaria que suba los tipos de interés. Obviamente, esto frena la actividad económica a corto plazo porque hace quebrar a las empresas que por su rentabilidad inferior no pueden pagar los créditos más caros, pero la estimularía a medio plazo al concentrar el capital en menos rmas más e cientes —sin ser tan pocas que formen un oligopolio que manipule los precios, si bien la teoría no prevé ningún medio para evitar que esto suceda—. Al entorno natural se le aplica el mismo rasero: si se explota una tierra o un caladero hasta alcanzar el máximo rendimiento, aunque sea de forma insostenible, ¿qué capital puede acumularse antes de que se agote? Esa cuantía, invertida al tipo medio de bene cio del mercado, ¿rendiría una ganancia mayor que la explotación sostenible? Si así fuese, la decisión racional sería devastar el recurso para capitalizarlo.

Homo economicus abraza a la tecnología, suplica su perdón y juntos recuerdan que siempre les quedará París. Un piadoso fundido en negro ahorra al lector sensible la lamentable escena romántica que cierra el interrogatorio. Pero el caso sigue sin estar resuelto. La mención de París enciende la sospecha de que los dos, sabedores de la trampa que encierra el dilema del prisionero, se hayan conchabado para exculparse mutuamente: la tecnología se vender al mejor postor, sí, pero ¿qué más puede hacer un desvalido bien público? *Homo economicus* a rma que es un mero técnico, un tecnócrata todo lo más, y no asume responsabilidades políticas. Pero el asunto no es tan fácil. Empecemos por París, ¿qué ocurrió realmente allí en el otoño de 2015?

Bajo la amenaza de una deslegitimación radical y global, casi todos los gobiernos del mundo rmaron un compromiso moral, no legal, para alcanzar e incluso superar el objetivo de seguridad marcado por los cientí cos —en esencia, promoviendo nuevos organismos y soluciones nancieras y técnicas que alteren mínimamente el statu quo económico y sociopolítico, la verdadera línea roja—. El acuerdo prevé crear una herramienta institucional que armonice la medición y seguimiento del problema, otra tecnológica que facilite el intercambio de información, el crédito y los negocios; y un mercado mundial de emisiones cuyas

licencias en disminución, al ir apre ciándose, obliguen realmente a reducir las emisiones —todo ello, claro, condicionado a que existan la tecnología que lo posibilite y el marco legal que lo haga rentable— (Y deberá vigilarse más un fraude que puede estar extendido, como indicaría el escándalo de las medidas de emisión falsi cadas de los motores Volkswagen en 2015 o la estimación de la FAO, a inicios de 2016, de que el 30 por ciento de las capturas de pesca mundiales no se registra).

Nadie sabe si el acuerdo funcionará ni cuándo ni cuántos recursos más, especies, ecosistemas, paisajes y culturas se perderán antes de de nir y universalizar un modelo productivo que no solo impida un cambio climático catastró co, sino que sea plenamente sostenible. París logró una prórroga de diez años —la primera evaluación obligatoria de progreso solo será en 2025 y luego cada cinco años—, a despecho de ser lo mismo de siempre. Desde hace 65 años la respuesta sistémica a un problema que crece exponencialmente consiste en aumentar la burocracia que administra la estatalización y mercantilización de la Naturaleza como "medio ambiente"; regular legalmente la adaptación, reconversión, concentración y selección de las empresas involucradas; nanciar la I + D de tecnología más compleja, y ponerlo todo al servicio del crecimiento del mercado interno y exterior —sin desdeñar en absoluto la expansión de empresas y sectores que, más que prevención, ofrecen paliativos de la crisis—, siempre reforzando la intervención estatal y el poder del tecnomercado (Pérez Agote, 1979).

Lo único que ha variado es la política económica. Hasta 1980 la crisis ecológica global fue un problema keynesiano que el Estado abordaba con gasto público: bienes comunes y subvenciones a las empresas para aumentar equitativamente la demanda interna y a la vez reforzar la dependencia de los países tecnológicamente menos avanzados. De 1980 a 2008 fue para la visión neoliberal un asunto del mercado, que fomentó el crecimiento "poniendo en valor" el medio con diversos modelos de negocio (especulación incluida) para que su explotación pagase la conservación —solo de lo que demandase menor scalidad—. Desde 2008, la recesión y el estancamiento abocan a una respuesta pragmática: aceptar el estímulo monetario del Estado, sin endeudamiento merced al drástico recorte del gasto, pero no por la vía de más ingresos o servicios para el grueso de la población, sino más bien con créditos a bajo interés para la banca —poco efectiva hasta ahora—.

Y solo puede ser así si el problema real es que la economía ha llegado al límite de explotación del medio y lo ha rebasado alterando

ciclos bioquímicos y equilibrios ecosistémicos hasta alcanzar un rendimiento técnicamente máximo del planeta, pero insostenible. Lo sabíamos, pero el núcleo político del Norte tenía otras prioridades: liquidar el movimiento socialista y mantener subordinado al Sur. La crisis ecológica global se delegó casi por entero al mercado precisamente por su alto riesgo político, porque ponía en cuestión el "modo de vida occidental", la pirámide de ingreso, propiedad y poder que legitimaba la "gran narrativa del desarrollo". Y, como la tecnología no es neutra, para ocultarlo se eligió disfrazar a la economía política de econometría y basar las decisiones no en acuerdos sociales de corresponsabilidad sino en modelos abstractos.

Los modelos suenan plausibles porque su lógica es simple y básicamente correcta, pero dependen de supuestos abstractos y simpli caciones que los hacen a duras penas aplicables en casos concretos. Así, se supone que el gasto de un agente en el mercado expresa sus preferencias, su estrategia de elección para maximizar su utilidad, pero la sola evidencia de esta y aquellas es ese gasto: son nociones tautológicas. La utilidad es una económica explicación de todo lo que no explica en absoluto por qué aquí y ahora ocurre A y no B. A menudo asumen también que el coste de información, transacción, entrada o salida del mercado, garantía político-legal del contrato es nulo, y que no hay externalidades positivas ni negativas, entre otros supuestos igual de realistas. Y, por supuesto, si un bien carece de valor monetario, como el patrimonio natural o cultural común, no cabe en los modelos —hasta que se lo tasa como aval de crédito, capital de una explotación turística a asegurar, etc.—. Sin embargo, es justamente por su incalculable valor que esas cosas no tienen precio. Finalmente, está el supuesto de agentes independientes, necesario para que las ecuaciones del modelo no formen bucles complejos: no habría comunicación ni asociación entre ellos, ni les importarían las preferencias y resultados de los demás —lo cual convierte en anómalos a los miembros de cualquier grupo solidario.

Los modelos macroeconómicos simpli can tanto la complejidad de los mercados reales que casi pierden la capacidad de predecir sucesos inusuales, como reveló la inesperada crisis de 2008. Predicen mejor solo en mercados muy controlados donde los agentes actúan como prescriben los modelos sin importar las consecuencias —como en las políticas de austeridad y ajuste impuestas en Europa tras la crisis. Y es que los agentes humanos a menudo no obran como calculadores racionales. Hasta en el mercado son comunes sesgos irracionales sistemáticos, bien formalizados teóricamente, que los modelos formales suelen ignorar (Kahneman, 2012). Además, re ejan mal espacios de intercambio no regidos por la ley de una oferta y una

demanda calculadas en términos de costes y precios —como son tantos ámbitos sociales—. En n, en último análisis, el propio mercado es una institución sociocultural y política basada en usos y normas, expectativas y valores (metaeconómicos). Por eso los mercados solo son aptos para asignar recursos (y eso idealmente) respecto a un tipo de bienes económicos, a saber…

Pero ¿qué digo? Estaba a punto de repetir las palabras de los sospechosos. ¿Es que tienen razón? ¿Qué me está ocurriendo?

LA NATURALEZA DEL INVESTIGADOR

La literatura de consumo es poco más que periodismo-cción; se centra en las seis preguntas básicas para redactar una noticia: ¿quién hizo qué, cuándo, dónde, cómo y por qué? La gran literatura, en cambio, no importa qué tema elija —no hay tantos: la atracción del mal y la lucha contra él; el con icto entre géneros, generaciones, rangos o tribus; el viaje fundacional o de regreso a casa; los enigmas del sexo y del amor; la búsqueda del talismán; el laberinto; el paso del tiempo… (Balló y Pérez, 1997)—, siempre trata del conocimiento de uno mismo: guiada por un dios desconocido, el autor, y conducida por un mistagogo, la voz narrativa, la lectora (o lector) es seducida por la curiosidad, como Pandora, y arrojada sin piedad a beber en la fuente de toda pena, a arrostrar la pregunta: ¿quién soy yo?

Así le ocurre al hasta ahora impersonal y anónimo detective de esta intriga. Le atormentan palabras que desbaratan sus re exiones: ella dijo “circunstancias sociotécnicas”. El otro confesó que la e ciencia es su único n, pero junto a esa unidimensionalidad denunció también su heteronomía.

¿Qué es todo eso? ¿Qué quiere decir? Él mismo habla de “grupos solidarios” y del mercado como “institución sociocultural y política”. “¿En qué me estoy convirtiendo?”, se lamenta.

La complicidad de los dos obedece a que les guía la misma racionalidad legal-formal y esta se ciñe cuanto puede a la Naturaleza —a las convenciones teóricas y experiencias empíricas que la representan socialmente—. Esa racionalidad puede ser teórica, como en ciencia o derecho, o instrumental, como en la gestión económica de una organización; la ingeniería las combina. Ambos subtipos buscan optimizar la efectividad de los medios respecto a los nes, pero la

ciencia persigue más la e cacia explicativa y predictiva en el laboratorio y sobre el terreno, o probatoria y justi cativa en el tribunal, y la instrumental su rentabilidad, o bien conseguir más libertad de acción o poder. Pero el ser humano no es una calculadora ciega; tiene otras vertientes (Weber, 2002).

Una de ellas es irracional, como cuando sigue irre exivamente la tradición o la apasionada seducción de la retórica o el carisma, aunque, por otra parte, es lo natural cuando no parece haber motivo para aplicar la razón crítica. Y hay otra racionalidad, sustantiva, que también es un logro en el desvelamiento colectivo de la lógica intrínseca al mundo y que busca optimizar, dados los medios, la realización de unos valores; cuando lo logra se habla de prácticas paradigmáticas o conductas ejemplares. Las dos vertientes de la racionalidad son asunto de discusión delicado, pues se basan en juicios de hecho y de valor cuyo fundamento último son convicciones emocionales, ético-religiosas o erótico-estéticas, y el diálogo sobre pasiones y valores morales es yesca para los incendiarios de "guerras de dioses" —por eso es el predio del ensayo subjetivo y, sobre todo, de la cción—.

Expresado en lenguaje vulgar, la tecnología echa la culpa al mercado y esta a la demanda, es decir, al *homo socialis* y, como ya se habrá adivinado, no es otro que el desorientado detective de esta historia, aunque no tanto como para no advertir que los sospechosos han basado su testimonio en una versión o cial de la relación entre la humanidad y el resto de la Naturaleza, que tiene un defecto invalidante: presupone una naturaleza humana mítica, ideológica, que di ere de la visión del mundo de casi todas las culturas conocidas (Sahlins, 2008). El mito describe una naturaleza humana "animal", dominada por una insaciable avidez de poder y grati cación, que solo modera una razón que ve la conveniencia de mitigar el con icto de intereses a que esa inclinación aboca. Occidente tiene dos maneras de integrar socialmente a ese sujeto sospechosamente similar al *homo economicus* —un egoísta y calculador maximizador de utilidad—. Una combina jerarquía social y autoritarismo político. La otra concibe el gobierno como un sistema de controles mutuos que equilibran las pasiones, los intereses y el poder de distintos grupos y administraciones, el mercado como un terreno nivelado donde los precios igualan la fortuna con el mérito, y la relación entre gobierno y mercado como un pacto: la riqueza que este crea nancia un Estado pluralista que previene una dictadura saqueadora y regula el mercado para que no derive hacia oligopolios y monopolios ine cientes.

La falacia de ese planteamiento reside en que presume una

distinción entre naturaleza y cultura que es un artefacto político. Muchos científicos sostienen que hay un hiato entre la naturaleza humana y la de otros animales, una naturaleza acumulativa de cultura, cuya mejor parte sería el cultivo común de la razón, que nos haría excepcionales. Solo interiorizar esa cultura, que potencia la tendencia innata a la cooperación recíproca y la atempera con el cálculo de la reciprocidad esperada, nos impide comportarnos como bestias —como sucedería cuando afloran las peores pasiones, en los delitos económicos, sexuales o genocidas (Tomasello, 2011)—. La evidencia empírica, empero, falsa el mito de la naturaleza. No hay entre los animales guerra alguna de todos contra todos: antes bien, hacen frecuentes gestos de apaciguamiento, conciliación, generosidad y amistad. El conflicto es "dramático", expresión de potencia emocional, no despliegue total de fuerza; solo alcanza un grado atroz en situaciones demasiado humanas: largas y tensas luchas de poder donde el perdedor acaba en una posición de gran inferioridad con respecto al ganador. Las emociones sociales y la conducta moral surgen con diverso desarrollo en la escala evolutiva antes de nosotros, sobre todo en simios y primates; no hay solución de continuidad entre nuestra especie y el resto de la Naturaleza. Ese mito es básicamente una ideología que defiende la superioridad de la (alta) cultura sobre las demás actividades humanas (De Waal, 1989, 1993, 2007, 2011; Collins, 2008).

Acaso nadie excepto Occidente crea en esa fractura Naturaleza-Cultura, en particular entre los humanos y los demás seres animados —que para otros pueden incluir animales, plantas, otras tribus, dioses, espíritus, minerales, artefactos, astros, aguas, vientos, montes, meteoros…—. La distinción fundamental es entre parientes y extraños: vínculo de parentesco es la relación de nida por la mutualidad de ser. Idealmente, esta hace a los parientes seres intrínsecos a sus respectivas existencias, que "viven las vidas y mueren las muertes unos de otros" emocional, simbólica y hasta físicamente. El paradigma de esa mutualidad es la relación de apego y solidaridad que puede surgir en la crianza de un bebé —que, a su vez, la estructura y la cultura del parentesco remodelan; estas son un hecho socialmente construido de muchas maneras, cuyos lazos carecen a menudo de relación "de sangre" y que puede incluir seres vitalmente importantes que Occidente aliena —lo que nosotros llamamos amigos, vecinos, aliados, deudos, muchos otros seres vivos, accidentes orográficos, astros… (Sahlins, 2013)—.

Naturalmente, las redes de parentesco son sistemas de equilibrios de poder, pero también de afectos y esa diferencia es capital: los pueblos cuyo sujeto es un ser mutuo, un dividuo, un yo en más de un cuerpo

reconocen y respetan la conciencia, inteligencia, intencionalidad, afectividad e in cluso cultura de otras especies; no ven en los niños bestias cerriles que domesticar, sino humanos plenos aún inmaduros cuya sociabilidad debe cultivarse para orecer; juzgan que el egoísmo calculador no es nuestra naturaleza última sino evidencia de una socialización fallida; y acusan a Occidente, en su ansia de poder, de haber dado libertad a gente así para perseguir su interés cada vez con menos control. Hoy, como el aprendiz de brujo, seríamos víctimas de nuestro propio sortilegio.

Casi todas las culturas viven y narran su relación con el mundo en el marco de sentido y con las palabras que describen de las interacciones que mejor conocen, las relaciones personales y de parentesco. Occidente pre ere vivir sus relaciones sociales como si ocurrieran entre calculadoras, autómatas orientados, empero, por preferencias de origen social, esto es, desde su óptica, arbitrarias, caóticas o aleatorias. Juzgando pragmáticamente ambas estrategias culturales por sus resultados, que la civilización industrial se encamine al colapso ecológico, salvo que cambie drásticamente de rumbo, supone un fuerte motivo de descrédito. Eso quizá explique que hoy, cuando hay que movilizar una gran dinámica social para proteger el medio, se oigan llamadas a sentir y entender la Naturaleza en términos de parentesco, como madre (Klein, 2015) o hermana (Francisco, 2015). El crecimiento mercantil insostenible equivaldría a venderlas para comprar la droga del "hiperdesarrollo desigual".

LA PREGUNTA FINAL

¿Soy hijo de la tierra o de la historia?, se pregunta *homo socialis*. Nada como enfrentarse a una situación de vida o muerte para conocerse uno mismo: el mercado no respeta nada, nada es para *él* sagrado; cuanto promete bene cio monetario es objeto potencial de apropiación y comercialización, motor de un crecimiento productivo y consuntivo que mata, no preserva, la vida del planeta —un crimen sacrílego, la profanación y ecocidio de Gaia (Lovelock, 2005)—. Pero no, esa no es la respuesta.

En sus momentos re exivos, cuando escribe y rma *homo sociologicus,* socialis sabe que ha perdido la fe. La dicotomía sagrado/profano (Durkheim, 1992) es una construcción social y para saber "¿quién soy yo?" debe responder a "¿cuál es el sentido de mi acción?". Y, para

empezar, ¿qué signi ca “sentido”? No es algo espiritual o ideal; es un hecho psicosocial conocido: la cantidad, calidad, valencia y particularidad de la vivencia emocional que alguien siente conforme a su posición, papel y actuación en una situación de interacción dada dentro de un determinado orden de diferenciación social —vivencia siempre acompañada de su interpretación particular en el marco simbólico—moral de una cultura; el sentido es en quién se convierte uno a través de su acción en el mundo personas y cosas del que forma parte y cómo se siente uno por ello. Así lo sugiere la teoría de la energía emocional, derivada de la acción en cadenas de rituales de interacción social, de Randall Collins (2009).

Así, sentido es quién me hace ser la historia que puedo narrar para dar cuenta de mis actos ante los otros y ante mí mismo, y su razón última es, partiendo de la naturaleza de mi carácter socializado, el destino que persigo. Entonces la pregunta última, la que de ne mi demanda, no ya en el mercado sino ante la muerte, la vida y el amor es: ¿quién quiero ser?, ¿quiero escudarme en una inmutable naturaleza insaciable que solo podría encauzarse con mejores instituciones (el mito del nuevo Contrato Social) que desarrollen e implementen soluciones técnicas para este problema técnico? (¿y deben ser necesariamente intensivas en capital?) o ¿puedo afrontar que se trata, además, de un problema de crecimiento demográ co (Weisman, 2014) y de un consumo tan excesivo y desorientado que hoy es un acto de rebeldía rehusarlo y sustituirlo por experiencias personales signi cativas de bajo coste ecológico (Wallman, 2015)?

La modernidad se ha apoyado siempre en alguna gran narrativa simple y persuasiva cuyo núcleo era indefectiblemente la explotación irrestricta de los recursos humanos y no humanos del globo. En la gran narrativa ecotécnica debe ser sostenible y para eso el mercado debe someterse a la sabiduría política… Pero ¿dónde encontrarla? Como nuestra naturaleza es la cultura cada uno tiene la suya: para comer y beber los humanos tenemos gastronomías diferentes; para copular, erotismo, prostitución, amor…; para pelearnos, ejércitos; para gobernarnos, ideologías, administraciones y tribunales; para alcanzar las cosas buenas de la vida, redes de parientes y amigos, mercados y Estados; para divertirnos, bromas, juegos, charlas, artes y deportes; para nuestra exclusiva necesidad de entender nuestra existencia, tal vez porque sabemos que moriremos, ciencias, losofías y religiones. Deberán evolucionar hacia los órdenes sociales (la tecnología y los niveles, estilos y calidad de vida) de la futura sociedad sostenible global, que aún son imprevisibles.

Un mundo único necesita una economía política unánime y la actual

está atrapada en la contradicción entre el crecimiento y la conservación. A ella se opone el enfoque contrario al crecimiento económico (Daly, 1992; Jackson, 2011; Mosangini, 2012). El mercado, incluso capitalista en parte, puede operar en una economía sin crecimiento donde una población estable eleva su calidad de vida sin aumentar su renta monetaria merced a la mejora sociotécnica. Pero, para la visión o cial, si el mercado no crece y la competencia tecnológica aumenta la productividad, se reduce el empleo, caen la demanda agregada y las oportunidades de inversión, el consumidor, el empresario y el inversor pierden con anza, y pronto se produce recesión, depresión, implosión. La "economía del crecimiento necesario" parece un negocio piramidal: si no crece, se desploma. Para evitarlo, necesita un continuo estímulo scal y monetario. Paradoja: la naturaleza y la humanidad están amenazadas por un tipo de mercado que parece imparable y que, sin embargo, precisa un ujo continuo de "energía oscura" para mantener su expansión. ¿De dónde viene, cómo lo propulsa?

Desde siempre, una vez que los seres humanos han satisfecho lo bastante sus necesidades de supervivencia, seguridad y reproducción dedican su esfuerzo a competir por el estatus, que simbolizan propiedades y consumos de prestigio. Esa impulsiva ambición confería a individuos y a grupos ventaja evolutiva en la competencia por los recursos; pero hoy es competencia de la elite por acumular capital y poder, que toda la escala social emula mediante el consumo. La crisis ecológica global impone a esto un límite físico insuperable. Una dinámica de interacción social diferente, que potencie la faceta cooperativa, es aún más necesaria que las tecnologías alternativas. Numerosas personas y grupos se dedican ya a esa ta rea, pero esa es otra historia y deberá contarse en otro lugar. En cualquier caso, para saber quién es, quién puede ser, quién quiere ser, *homo socialis* deberá reinventarse.

BIBLIOGRAFÍA

Balló, J. y Pérez, X. (1997): *La semilla inmortal*, Barcelona, Anagrama. Carson, R. (2010): *Primavera silenciosa*, Barcelona,Crítica. Collins, R. (2008): *Violence*, Princeton (NJ), Princeton University Press. — (2009): *Cadenas de rituales de interacción*, Madrid, Anthropos. Daly, H. (1992): *Steady-State Economy*, Londres, Earthscan. Daly, H. y Farley, J. (2011): *Ecological Economics*,Washington, Island Press. De Waal, F. (1989): *Peace-Making among the Primates*, Cambridge (US), Harvard University Press. — (1993): *La política de los chimpancés*, Madrid, Alianza. — (2007): *Primates y lósofos*, Barcelona, Paidós. — (2011): *La edad de la empatía*, Barcelona, Tusquets. Diamond, J. (2013): *El mundo hasta ayer*, Barcelona, Debate. Durkheim, É. (1992): *Las formas elementales de la vida religiosa*, Madrid, Akal.

HOBBES, T. (2014): *Leviatán*, Madrid, Alianza. JACKSON, T. (2011): *Prosperidad sin crecimiento*, Barcelona, Icaria. KAHNEMAN, D. (2012): *Pensar rápido, pensar despacio*, Barcelona, Debate. KLEIN, N. (2015): *Esto lo cambia todo*, Barcelona, Paidós.

LOVELOCK, J. (2005): *Homenaje a Gaia*, Pamplona, Laetoli. MEADOWS, D. *et al*. (1972): *Los límites del crecimiento*, México, FCE. — (1992): *Más allá de los límites del crecimiento*, Madrid, Aguilar. — (2006): *Los límites del crecimiento: Treinta años después*, Barcelona, Galaxia Gutenberg. MONOD, J. (1989): *El azar y la necesidad*, Barcelona, Tusquets. MOSANGINI, G. (2012): *Decrecimiento y justicia Norte-Sur*, Barcelona, Icaria. OLSON, M. (1971): *The Logic of Collective Action*, Cambridge, Harvard University Press. OSTROM, E. (1990): *Governing the Commons*, Cambridge, Cambridge University Press. PAPA FRANCISCO (2015): *Laudato si*, Roma, Tipografía Vaticana. PÉREZ AGOTE, A. (1979): *Medio ambiente e ideología en el capitalismo avanzado*, Madrid, Encuentro. PRIGOGINE, I. (2013): *Las leyes del caos*, Barcelona, Planeta. RANDERS, J. (2012): *2052*, White River Junction (VT), Chelsea Green. SAHLINS, M. (1983): *La economía de la edad de piedra*, Madrid, Akal. — (2008): *The Western Illusion of Human Nature*, Chicago, Prickly Paradigm Press. — (2013): *What Kinship is -and is not*, Chicago, The University of Chicago Press. SÁNCHEZ FERLOSIO, R. (2004): *Discurso de recepción del Premio Cervantes*.

https://www.uah.es/universidad/premio_cervantes/documentos/discurso_ferlosio.pdf TOMASELLO, M. (2011): *¿Por qué cooperamos?,* Madrid, Katz. WALLMAN, J. (2015): *Stuffocation*, Londres, Penguin. WEBER, M. (2002): *Economía y sociedad,* Madrid, FCE. WEISMAN, A. (2014): *La cuenta atrás*, Barcelona, Debate. WILSON, E. O. (2012): *La conquista social de la Tierra*, Barcelona, Debate. OTRAS FUENTES

http://www.appropedia.org http://www.footprintnetwork.org/en/index.php/GFN/

http://www.worldometers.info/world-population/

https://en.wikipedia.org

CAPÍTULO 4

DEL INTERCAMBIO DE MUJERES A LA MERCANTILIZACIÓN DE SUS CUERPOS

ANA DE MIGUEL ÁLVAREZ

LA LIBERTAD DE LAS MUJERES… PARA VENDERSE

El neoliberalismo mantiene que todo se puede comprar y vender, nada tiene por qué quedar fuera del mercado y la ley de la oferta y la demanda. ¿Por qué habría de hacerlo si hay dinero por el medio? En palabras del lósofo Michael J. Sandel hemos pasado de economías de mercado a sociedades de mercado. El dinero se ha ido convirtiendo en un n que todo lo justi ca. Eso sí, bajo el mantra del consentimiento. En este sentido, la ideología neoliberal está encontrando un valioso aliado en la ideología patriarcal propia de las sociedades formalmente igualitarias y basadas en el consentimiento y el mito de la "libre elección". Las mujeres ya no actúan determinadas por la naturaleza o las leyes, ahora la sociedad las encamina a que elijan "libremente" lo de siempre. Los posfeminismos, bajo un nuevo ropaje aparentemente transgresor y posmoderno, invitan a las mujeres a utilizar sus cuerpos en el mercado, a vivir de ellos, como si esto fuera algo nuevo y moderno, un producto re nado de la nueva libertad de la que, al n, disfrutan las mujeres.

La sociedad globalizada del siglo XXI trae una buena nueva a las mujeres. Ahora que ya sois libres, ya podéis de forma libre y voluntaria vender, alquilar, permutar vuestros cuerpos o trozos de vuestros cuerpos en el mercado. Que también es libre. A lo largo de todo el planeta encontramos sociedades que limitan severamente la libertad de las mujeres en muchos aspectos salvo uno: casi todos apoyan la libertad de las mujeres para venderse, "si ellas quieren".

Frente a la creencia posmoderna de que las mujeres pueden venderse y mercadear con su "capital erótico" como si de una novedad antropológica se tratara, en este capítulo vamos a desarrollar la idea de que esto no es más que una nueva versión de la rme creencia patriarcal de que las mujeres forman parte de "los bienes" intercambiables de una sociedad, las mujeres son "objetos"; divinos o muy apreciados, pero objetos. Un ejemplo: no es fácil llevar la cuenta de la ingente cantidad de intelectuales y artistas consagrados que son descritos de la siguiente manera: fulanito, genio singular, se declara amante de "la ópera, los facsímiles del bajo medievo en la baja Sajonia y de las mujeres". No es solo Julio Iglesias con "me gustan las mujeres, me gusta el vino", similares declaraciones están en la boca de un

abanico de señores que va de premios Nobel a poetas malditos: a todos les gustan “las mujeres” y otros bienes culturales.

Las mujeres, desde que hay memoria escrita, han sido conceptualizadas como cuerpos sin mucha cabeza, a veces ni eso, como trozos de cuerpos. Cuerpos al servicio del placer sexual de los varones, cuerpos al servicio de la reproducción de algunos varones en particular y de la especie en general. Cuerpos valorados como objetos transaccionales de los pactos entre varones. Unas veces de nidas como “el bien más preciado”, otras no. Cuando hay demasiadas pierden el valor de cambio, sobran, se convierten en esa rémora que hoy como ayer ha propiciado el infanticidio o feticidio femenino.

Con esta introducción al tema queremos señalar que la mayoría de nuestras a rmaciones sobre la sociedad no se pueden aplicar de manera similar a hombres y mujeres. Y no porque pensemos que hombres y mujeres tenemos “naturalezas distintas y complementarias” sino por todo lo contrario. Porque pensamos rmemente que mujeres y hombres comparten una misma condición humana es por lo que hay que tener presente que la sociedad nunca ha actuado y pensado como si así fuera. Si no lo tenemos presente lo más probable es que caigamos en el llamado “androcentrismo” es decir, en el solapamiento de los varones con el “ser humano neutral”. Y que creyendo que analizamos la condición humana estemos, en realidad, hablando de la varonil parte de esta. El androcentrismo es un grave obstáculo para el conocimiento. Tiene la consecuencia de que nuestra realidad quede sesgada y pierda objetividad (Amorós, 1985; Valcárcel, 1991).

Partimos entonces de la perspectiva de género. Y no tanto para explicar que las mujeres han sido mercantilizadas de forma especí ca, que venimos de una historia de opresión y que aún queda mucho por hacer en temas de igualdad, sino, sobre todo, para explicar que el androcentrismo deforma nuestro conocimiento y nuestra visión de la realidad. De lo que es y lo que ha sido el ser humano y la historia y el presente de la comunidad humana.

En este capítulo vamos a trazar un esquema de los temas en que la mercantilización del ser humano tiene connotaciones muy distintas si hablamos de hombres o mujeres. Es decir, hombres y mujeres han compartido formas de esclavitud y compraventa varias. Pero las mujeres siempre han disfrutado de formas especí cas de mercantilización. Las mujeres como objetos transaccionales de los pactos entre varones. Y más de las que antes de pensar en ello se puede pensar. Esto ha sido así en las más diversas culturas: no parece que haya habido mucho choque de civilizaciones a la hora de

permutar, intercambiar, raptar, comprar, alquilar o vender mujeres. Hoy, siglo veintiuno, sus cuerpos se ofertan también en mercados al alza como el de la prostitución y los vientres de alquiler.

En este capítulo no vamos a tratar un tema generalmente asociado a la perspectiva de género como es el de la mercantilización de los cuidados. Es un tema muy relacionado pero que desborda los límites de nuestro planteamiento. Aunque el mercado de los cuidados está muy feminizado —y esto es causa y consecuencia del punto muerto en que se halla la revolución que ha supuesto la incorporación de las mujeres al espacio público y que no ha sido seguida por la incorporación masiva de los hombres a los cuidados— las tareas que realizan las cuidadoras pueden o podrían ser realizadas por los hombres. No hay nada que impida que un hombre cuide a otros pero sí muchas razones impiden que los hombres sean las putas de otros hombres.

Es cierto que la mercantilización de los cuidados nos sitúa ante unos problemas irresolubles mientras no se avance a un cambio de la organización social patriarcal y la construcción de la masculinidad. Como mantienen diversas autoras, o se coloca en el centro de la vida pública el tema de la vulnerabilidad del ser humano y los cuidados y se desplaza la preminencia del mercado como solucionador “justo” y “universal” o seguiremos alimentando un mundo tan irracional como injusto y depredador (Gálvez, Nuño, Orozco). Sin embargo, la mercantilización actual de los cuidados no se puede identi car exactamente con la mercantilización de los cuerpos. Es distinto que se venda la capacidad para cuidar a que se venda el uso del propio cuerpo, el acceso a sus agujeros, sus partes, el control de sus procesos internos. Porque en esta última situación no vale igual el cuerpo de una mujer que el de un hombre. Tal y como sucede en los mercados de la prostitución y los vientres de alquiler.

EL INTERCAMBIO DE MUJERES COMO ORIGEN DE LA CIVILIZACIÓN, NI MÁS NI MENOS

Las mujeres, de una u otra forma, siempre han sido intercambiadas o mercantilizadas de forma general, junto con los hombres de su clase y etnia y siempre también de una forma especí ca. Este sentido especí co reside, en parte, en su condición de “objetos transaccionales” objetos de intercambio entre los pactos entre varones. En este apartado

veremos que incluso se ha considerado el intercambio de mujeres como la puerta a la civilización.

La teoría de Lévi-Strauss acerca de los orígenes de las civilizaciones o el paso de la *naturaleza a la sociedad* es un magní co ejemplo de ello. Para este in uyente antropólogo el intercambio de mujeres entre distintas poblaciones supone el principio de las reglas sociales que rigen la exogamia y el parentesco y que pone n al *natural* derecho sexual de los padres sobre las hijas. El tabú del incesto es crucial en este paso a la cultura porque impone una restricción a cambio de crear una situación más ventajosa: la posibilidad de que todos los hombres puedan acceder a todas las demás mujeres. Las mujeres constituyen un valor esencial para el grupo. De ahí que sea este el que determine que la relación matrimonial sea un asunto social y no individual. La prohibición del incesto inicia la organización social de las relaciones sexuales, pero su regulación nal dependerá del grupo y la cultura.

Los sistemas de parentesco cumplen la función de regular el intercambio de mujeres y mantener la continuidad del grupo. El intercambio de mujeres entre grupos familiares se puede realizar de distintas formas. Puede ser una reciprocidad inmediata; dos hombres intercambian sus hermanas y sus hijos varones vuelven a hacer lo mismo. Puede ser una reciprocidad diferida o aplazada y en este caso un hombre casa a su hermana con otro a cambio recibir una de las hijas de ese matrimonio para casar a su hijo. Y, también, de acuerdo con la "reciprocidad generalizada" se establece una cadena de intercambios sucesivos de hermanas. En este sentido, por ejemplo, la poligamia no contradice la exigencia de reparto equitativo de mujeres, sino que constituye la superposición de una regla de reparto social —un hombre varias mujeres— sobre otra, la de la prohibición del incesto.

Es posible aceptar que la función de la prohibición del incesto es favorecer la exogamia, el intercambio entre los grupos sociales. Pero, ¿por qué no problematizar el que el objeto de transacción sean "mujeres" sin voz ni voto?

A partir del momento en que me prohíbo el uso de una mujer, que así queda disponible para otro hombre, hay, en alguna parte, un hombre que renuncia a una mujer que por este hecho se hace disponible para mí. El contenido de la prohibición no se agota en el hecho de la prohibición; esta se instaura solo para garantizar y fundar, en forma directa o indirecta, inmediata o mediata, un intercambio (Lévi-Strauss, 1949: 90).

Es el hombre “el que se prohíbe” el uso de una mujer. Las mujeres no son sujeto de ninguna decisión. El núcleo duro de este pensamiento reside en que al señor antropólogo Levi-Strauss ni se le pasa por la cabeza que las mujeres pudieran levantar la mano para decir algo al respecto de su “uso” por parte de los varones de la tribu. Eso sí, las mujeres son “el bien más preciado”.

Viene al caso señalar que Lévi-Strauss no consideraba el estatus de objeto transaccional de las mujeres como algo injusto, propio de un pasado lejano y remoto, sino que actuó en consecuencia con su visión del valor de las mujeres —como bienes públicos— en su vida pública y ciudadana. Hay una anécdota reveladora que ilumina la decidida voluntad de tantos intelectuales y cientí cos de que este estado de cosas, que tantos privilegios les ha aportado, no cambiara un ápice. La reveladora anécdota: Lévi-Strauss era miembro de la Academia francesa cuando en 1981 se promovió la candidatura de una mujer, la escritora Marguerite Yourcenar. La escritora fue la primera mujer que entró en la Academia, pero lo hizo con la enardecida oposición de Lévi-Strauss que para dar un tinte antropológico a la cosa esgrimió una contundente razón: “no se cambian las reglas de la tribu”. En palabras de uno de sus biógrafos, “el conservadurismo de su posición está de acuerdo con sus convicciones en materia de ecología y patrimonio”. Aunque el señor biógrafo no nos aclara si considera a las mujeres del reino de la naturaleza (ecología) o de los objetos (patrimonio) parece que es lo primero: “Una institución como la Academia francesa debe ser preservada en igual medida y por las mismas razones que una especie rara. Sus responsables no tienen derecho a tocarla. La menor modi cación la pone en peligro” (Bertholet, 2005: 385). Bien puede pensarse que lo que se ponía en peligro no era la Academia sino los privilegios masculinos, privilegios de los que tanto disfrutó en vida el señor Levi-Strauss: el número de los cargos y honores que aceptó por todo el mundo dan para más de un folio. La frase bien podría haber sido “No se cambian las reglas de la tribu”, rmado: “Uno de los bien pagados asesores de la tribu”.

Con este nuevo marco de referencia en la cabeza, volvemos a leer uno de los textos emblemáticos de *Las estructuras elementales del parentesco.* Escribe Lévi-Strauss y enfatizamos algunas de sus frases:

[El papel del intercambio] en la sociedad primitiva es esencial, puesto que abarca al mismo tiempo ciertos objetos materiales, valores sociales y también a las mujeres; pero mientras que en relación las mercaderías fue perdiendo importancia en provecho de otros modos de adquisición, por lo contrario, en lo que respecta a las mujeres, conservó su función fundamental: por una parte, porque estas constituyen el bien por excelencia […]; pero sobre todo porque las mujeres no son, en primer lugar, un signo de valor social sino un estimulante natural y el estímulo del único instinto cuya satisfacción puede diferirse: el único, en consecuencia, por el cual, en el acto de intercambio y por la percepción de la reciprocidad

puede operarse la transformación del estímulo en signo y, al de nir por este paso fundamental el pasaje de la naturaleza a la cultura, orecer como institución (1949: 102-103).

Esta teoría de las mujeres como estimulante natural del sujeto por excelencia, “el hombre”, nos sirve para comprender lo que seguiremos desarrollando a lo largo del capítulo, que este sujeto varonil o patriarcal ha construido “el mercado” a su medida. Es decir, que el mercado tiene “género”. La creencia de que las mujeres forman parte de los bienes de los que un colectivo puede y debe disponer está tan arraigada que las Ciencias Sociales no solo no la han cuestionado, la han asumido con una naturalidad indigna de “hombres” de ciencia, que se toman tan en serio a sí mismos y sus investigaciones y lo que están es alimentados por los prejuicios patriarcales. DE LAS ARISTOTÉLICAS ‘VASIJAS VACÍAS’ A ‘VIENTRES DE

ALQUILER’

Las mujeres no siempre han sido consideradas como “el bien más preciado”, también han sido consideradas como tirando a materia inerte, pasiva, incapaces de engendrar o crear, como meros contenedores reproductivos. Y esto en nuestras apreciadas raíces occidentales, tanto losó cas como comerciales. Aristóteles, amigo de los lugares naturales, busca también en su losofía el de las mujeres. No solo las de ne como “hombres defectivos” sino también como “vasijas vacías”.

Frente a cierto discurso de la excelencia sobre la mujer como madre, sorprende descubrir que, en realidad, la losofía y la ciencia no asignaron a las mujeres un papel relevante en la función reproductora de la especie. Como teorizara Aristóteles y luego recogiera la teología cristiana, las mujeres son —somos, vaya— *vasijas vacías*, materia inerte en que el semen creador insu a la forma y el alma humana (Femenías, 1996). Los varones, juez y parte, se autode nieron como el principio activo de la reproducción y se autoadjudicaron la patria potestad y derechos legales sobre los hijos. Esta es la razón de que cuando los hombres no querían reconocer a un hijo este era un hijo “natural”, es decir, no “cultural”; también se le consideraba un “hijo ilegítimo”, es decir, que no estaba legitimado para nacer por su padre. Y por eso, también, en tantos lugares del mundo llevamos el apellido de nuestros padres, porque de alguna manera, parece que nuestras madres no pudieron salir del todo del estatus de vasija u otro objeto de alfarería.

La realidad es que por mucho que la sociedad tienda a idealizar la maternidad y sostener que “los hijos son de las madres”, durante siglos los hijos fueron legalmente de los padres, la patria potestad era suya. Filósofos y científicos se unieron para ningunear la aportación de las madres a su concepción y nacimiento. Un dato que es necesario retener: en España hasta 1975 los hijos eran legalmente de los padres, de los varones. De alguna manera, hasta podían dar en adopción a “sus” hijos sin el consentimiento de las madres. Hasta la reforma de la ley aprobada en 1999 los hijos no podían llevar en primer lugar el apellido de la madre ni aun con el consentimiento explícito del padre, solo las madres solteras, es decir, los hijos sin padre podrían llevar el apellido de sus madres en primer lugar. Finalmente, una Ley de Registro Civil de 2010 reconoce que en una sociedad formalmente igualitaria madre y padre tienen que sentarse a negociar el orden de los apellidos. Y, ¿en caso de que la madre y el padre no lleguen a un acuerdo? Nótese que bien podría acordarse que puesto que la madre es la que ha gestado al bebé pase a prevalecer su apellido en caso de con icto. Pero esto sería tanto como trastocar de origen la genealogía patriarcal. El acuerdo al que se ha llegado es el de que decida el orden alfabético o incluso el funcionario del registro.

EL NOVEDOSO MERCADO DE VIENTRES DE ALQUILER

La función de las mujeres como contenedores reproductivos no es cosa del pasado. Hoy asistimos a una nueva versión del uso de mujeres como “vasijas vacías” para la reproducción. Reproducción de la carga genética de personas que, por razones varias, no pueden o no quieren gestar en sus cuerpos. Estamos hablando de lo que se denomina “gestación subrogada”, “madres sustitutorias” o el nuevo mercado de “vientres de alquiler”. Estas denominaciones no son indiferentes, están determinadas por una posición moral y política ante el caso.

Lo que la mayoría de la gente no sabe es que el comercio de los vientres de alquiler es una práctica que está normalizada y reglada tanto en los países más neoliberales, en que el mercado no tiene casi límites, como es el caso de Estado Unidos, y de forma cada vez más frecuente y generalizada en países muy patriarcales, en que el uso de las mujeres de las capas más bajas no tiene demasiados límites, países como la India, Tailandia, Ucrania y México.

Las nuevas tecnologías siempre han irrumpido con una promesa de

mayor igualdad y felicidad para la mayoría, pero la realidad es que hoy día es su posibilidad de conquistar nuevos mercados como objetos de consumo lo que determina su expansión. Los criterios morales —"no todo lo tecnológicamente posible es éticamente realizable"— parece que deben quedar para la "opción personal", la libre elección de usar o no tales técnicas.

Las nuevas tecnologías asociadas a la reproducción de la especie, y el concepto de maternidad y paternidad, tienen que ser objeto de conocimiento y re exión. Algunas técnicas han propiciado el control de las mujeres sobre su capacidad reproductora y han conseguido que biología no sea destino al separar la sexualidad de la reproducción y al conseguir, por tanto, que la maternidad sea parte de un proyecto de vida adulta, no fruto de un hecho biológico adolescente. Pero las técnicas suelen tener al menos dos caras para la vida y el proyecto humanos. Como bien observaran los sociólogos del siglo diecinueve, las nuevas libertades traen también aparejadas nuevas inseguridades y nuevas formas de servidumbre antes inimaginables.

Con las nuevas técnicas reproductivas encontramos situaciones que pueden llegar a hacer factible algunas pesadillas de ciencia cción, como la conversión de una clase de mujeres en úteros gestantes, como la proliferación de "granjas de mujeres". La reproducción in vitro unida a la globalización, que acerca la pobreza y la abundancia, está encontrando nuevas formas de usar los cuerpos de las mujeres en el mercado transnacional. Y dentro de su carácter minoritario, esta práctica es cada vez más popular, en palabra de la lósofa María José Guerra estamos ante una bioética para privilegiados (Guerra, 2016).

Veamos los hechos. Si el lector, la lectora tal vez, teclea en *Google* "vientres de alquiler" aparecen en primer lugar las clínicas que ofrecen sus servicios a los potenciales clientes. Es muy interesante poder apreciar el tono del texto de estas clínicas, seleccionamos una entre otras, la clínica de Estados Unidos *San Diego Fertility Center*:

> Cuando la futura madre no es capaz de sobrellevar un embarazo por cualquier razón, una madre de alquiler es una opción maravillosa. […] La madre subrogada ofrece a los futuros padres la oportunidad de contribuir con todo o parte del material genético del niño, a la vez que garantiza que los embriones se trans eran a un útero que se ha comprobado que está sano.
>
> Los médicos del *San Diego Fertility Center* cuentan con varios años de experiencia compartida a la hora de ayudar a sus pacientes a convertirse en padres mediante la subrogación gestacional. Nuestro compasivo equipo de especialistas está aquí para asistirle

independientemente de su nacionalidad, orientación sexual o estado civil.

El SDFC ofrece unas habilidades en la selección y monitorización de las gestantes subrogadas de vanguardia a nivel internacional, así como en la coordinación de pacientes remotos o ciclos de FIV por donación de óvulos. Si está considerando utilizar una gestante subrogada para construir su familia, el equipo experimentado del *San Diego Fertility Center* le ayudará a navegar por el proceso para crear su propio milagro.

En un segundo epígrafe de su primer página la clínica ofrece una de nición de la gestación subrogada: “La subrogación se de ne como uno acuerdo donde una mujer accede a quedarse embarazada y tener un hijo para otro/a futuro padre/madre”. Y se añade que la subrogación es un proceso complejo que implica médicos, psicólogos, y profesionales jurídicos para asegurar que el procedimiento sea acertado tanto para los futuros padres como para la madre subrogada. De los dos tipos de madres de alquiler o sustitutas que ofrecen recomiendan la segunda (FIV), en el que la madre de alquiler no tenga ningún vínculo genético y explican “es el método preferido, porque la portadora de la gestación no tiene lazos genéticos con el bebé. Por lo tanto, potencialmente hay menos riesgos emocionales, psicológicos y legales comparados con la subrogación tradicional”.

El texto es revelador porque menciona los riesgos emocionales, pero sobre todo porque habla de algo importante, la “nueva” concepción de la maternidad y la paternidad como la carga genética, únicamente. Antes la madre era la que paría, físicamente. Ahora gestar y parir ha regresado a su origen aristotélico: no tiene valor engendrador, la nueva vasija vacía ha generado un hijo que no es suyo.

En el panorama internacional encontramos opiniones y jurisprudencias muy diversas. El debate se centra de la siguiente manera: la parte favorable plantea la cuestión como un tema de derechos: el derecho a tener hijos, el derecho a formar una familia. Y acude a la lógica de los acuerdos contractuales: todas las personas ganan y no hay daños a terceros. En principio, la mayor parte de la sociedad es sensible a estos discursos, el valor de la familia, el deseo de formar una familia es incuestionable.

La visión humanista y convincente del derecho a formar una familia cambia cuando se observa más allá del deseo individual y se re exiona desde el punto de vista de una nueva puerta abierta a la mercantilización del cuerpo de las mujeres. Parece que el mercado de cuerpos de mujeres siempre ofrece menos resistencia que otros.

Incluso que de los cuerpos muertos. A saber, hoy por hoy nadie accede a abrir un mercado de venta de riñones o hígados o corazones, por ejemplo, de familiares muertos. Existe un fuerte rechazo social a negociar con trozos del cuerpo, aún siendo trozos de cuerpos de personas muertas y que hayan accedido a hacerlo bajo contrato rmado (previamente al óbito). Y además de forma altruista, para que se bene cien los que le sobreviven. En este caso anterior, a pesar de que parece que solo hay bene cios por todas partes, la sociedad encuentra un límite al negocio. Ese límite solo se puede llamar la dignidad humana, aunque no sea fácil de nirla. Y, sin embargo, todo el mundo experimenta cierta simpatía ante el hecho de que las mujeres pobres alquilen sus cuerpos o trozos de ellos y pasen de alguna forma a no pertenecerles durante los nueve meses que dura la gestación. La sociedad no quiere mirar de frente, no quiere ni enterarse de que las condiciones en los países en que se habla de "granjas de mujeres" son "más que draconianas" insultantes. La ley del mercado, como bien se sabe, es abaratar los costes de los productos y extender la demanda.

Ante las numerosas cuestiones éticas y legales que surgen de este nuevo paso en el mercado de los cuerpos, autorizadas voces de la losofía moral y política están pidiendo que se re exione antes de actuar y dar un paso que puede tener consecuencias graves en un mundo/mercado marcado por las desigualdades económicas, de género, de etnias y geopolíticas. Porque además, ¿en qué se diferencia esta práctica de la venta de bebés? Alguien paga y paga por recibir un producto y ese producto es un bebé. ¿Qué es lo que diferencia este proceso de la compra pura y dura de un bebé? ¿Qué marca la diferencia, el que la carga genética del bebé no es de la madre gestante? Tal vez nos encontremos ante un proceso que acabará legitimando la compra de bebés. Si hay consentimiento y dinero por medio, ¿en función de qué va a haber límites al mercado? ¿Algo llamado moral? Como suelen mantener los defensores de la gestación subrogada: no entremos en cuestiones morales, que cada cual tiene la suya.

LA PROSTITUCIÓN DE MUJERES: UNA ESCUELA DE LO QUE TAMBIÉN ES Y PARA LO QUE TAMBIÉN SIRVE UNA MUJER

Hoy el sexo está hasta en la sopa, en todas sus formas y supuestas transgresiones. Las prácticas sexuales han pasado a la luz de una

manera tan abierta y pública que hasta el lósofo Michel Foucault se quedaría bien sorprendido. Desde espacios muy diversos se observa una decidida y consciente voluntad por situar la sexualidad en un lugar cada vez más central de nuestra identidad y de nuestras vidas. No es fácil leer un diario, ver la televisión o escuchar la radio sin recibir mensajes sobre cómo debemos vivir nuestra vida sexual. El sexo se ha convertido en un lugar común tanto en la cultura popular como en la académica, de la mano de la "teoría queer".

Ante esta omnipresencia de la sexualidad la pregunta sobre el género de la sexualidad cobra especial relevancia. La sexualidad está megagenerizada. Esta idea forma parte de la tradición feminista, pero si algo se trata de obviar hoy día, en los nuevos discursos que pugnan por rede nir la sexualidad, es precisamente esto, el hecho de que la sexualidad tiene género. Es la herencia del planteamiento de Gayle Rubin. Voy a poner un ejemplo de partida, el de la prostitución. El modelo del discurso mercantilista y desgenerizado. Tanto el poderoso negocio del sexo, como voces de prestigiosas profesoras universitarias, como grupos "transgresores y subversivos" coinciden en la machacona idea de hablar de "trabajador@s sexuales" o de de nir la prostitución como el intercambio entre "dinero y servicios sexuales". En ambos casos se invisibiliza el género: el hecho de que son mujeres las prostituidas, y, sobre todo, que son hombres los que pagan. Esta abstracción, alguien paga, alguien recibe, supone un retroceso a los viejos tiempos prefeministas; en que los sujetos eran entes abstractos y descontextualizados, "hongos hobbesianos" en palabras de Celia Amorós. Por eso hoy es imprescindible el análisis de género de la sexualidad.

PORNOGRAFÍA EN LA RED

La pornografía está hoy omnipresente en la vida cotidiana a través de Internet. Un problema con la pornografía es que carece de límites, a libre disposición de cualquier usuario de la red. También que la pornografía, en su abrumadora mayoría, es absolutamente machista y sitúa a las mujeres como "guarras" o tontas perdidas tendidas por ahí, con poca ropa y esperando "un cipotazo", en la línea en que ya lo hiciera Henry Miller en sus "liberadoras" novelas. Novelas que son un canto al rey de los cipotazos o cómo un día sin conseguir un polvo gratis de alguna, la que sea, es una pérdida de tiempo. Uno de los resultados es que hoy, que no se leen tantas novelas, con el poder

ampli cador de Internet, los chicos y los hombres están recibiendo el mensaje de que las mujeres son objetos sexuales a su alcance.

El pensamiento crítico tiene que retornar al área de la sexualidad más allá del mandato de "celebrar las diversidades" y acatar la idea, un tanto simplona y poco elaborada, de que "el sexo es bueno". La crítica es siempre necesaria, más lo será en un terreno en que el sexismo y el dinero campan a sus anchas. Pero el problema real es el de la imposición de la pornografía como sexualidad normativa y hegemónica. Las jóvenes no están encontrando argumentos con los que oponerse a este modelo de sexualidad, que, como ha señalado Walter, es el de la prostitución: desprovisto de elección, de reciprocidad y de emociones (Walter, 2010). Ni siquiera la atracción sexual cuenta como componente. El mandato normativo no es ya desvincular amor de sexualidad, es desvincular la sexualidad de la misma atracción sexual particularizada.

Cuando se aborda el tema de la pornografía, la conversación suele derivar, casi siempre, al tema de la voluntariedad y el consentimiento. Se argumenta que son muchas las jóvenes que ponen sus fotos desnudas de forma voluntaria en la Red. También que son muchas las cantantes que cantan semidesnudas, las actrices que sacan bene cios de posar desnudas. Se interpreta casi como una ventaja que favorece injustamente a las mujeres. En la misma línea puede hablarse de las ventajas que obtienen las chicas al entrar gratis en las discotecas, frente a los chicos, que tienen que pagar. Las ventajas de que algunas discotecas las inviten a beber si hacen felaciones o un estriptis en público. Es decir, se interpreta como una ventaja el que las jóvenes puedan mercantilizar y sacar provecho de su cuerpo.

Desde luego que se puede mercantilizar el cuerpo de las mujeres. La poderosa industria del sexo patriarcal, organizada en grupos de interés y *lobbys*, lleva años haciéndolo. Pero es algo que, a pesar de su normalización debe hacerse de manera implícita. O, de manera más precisa, no debe hacerse público en la esfera de debate de la ciudadanía. En este tema, pensamos, sucede algo similar a lo que sucedía hace años con la violencia contra las mujeres. Existe, pero hay que hacer como si fuera un problema u opción personal de las personas o parejas afectadas. No es un tema político que sea de buen gusto sacar de la esfera de lo privado. Para expresar mejor esta idea queremos poner en relación la pornografía con un tipo de comportamiento que cada día es más popular en las redes: la apología del uso sexual de las mujeres. En concreto con los cursillos y lecciones sobre cómo obtener provecho sexual de las mujeres.

Los *blogs* misóginos cunden en la Red y tienen un éxito notable. Hay un señor, de apellido Blanc, que viaja por el mundo ofreciendo seminarios y clases sobre cómo usar sexualmente a las mujeres. Su mérito es que ha conseguido llamar la atención de los medios y de los gobiernos. Incluso le han llegado a prohibir entrar en algunos países, como Australia: "Este tipo exponía abusos humillantes para las mujeres, y eso son valores que aborrecemos en este país"[4]. Incluso se puso en marcha una campaña internacional con iniciativas que han llegado a change.org y la reputada prensa seria[5]. Sus seminarios se cancelaron en varios países, incluido Japón. ¿Qué hace o dice Blanc que resulta tan intolerable para los gobiernos? Utiliza frases como "las mujeres más calientes son las más inseguras, así que no olvides tratarlas como basura" o "es mucho más fácil tratarla como una mierda si la objetualizas primero". Pero es preciso tomar distancia y re exionar sobre estas palabras: si parece reprobable que un hombre imparta seminarios en que salen imágenes en que pone las cabezas de las mujeres en su pene *(head on dick)* y las manda callar, ¿cómo al tiempo los gobiernos no hacen nada para frenar el acceso libre a imágenes y palabras mucho peores que aparecen en las *webs* de pornografía? Cabría preguntar al gobierno australiano, ¿pero es que no visitan ustedes las páginas en que los puteros hacen comentarios sobre las mujeres que están en los locales de prostitución que ustedes han legalizado? La hipocresía parece espectacular[6]. En Internet abundan las *webs* de puteros que hablan de manera mucho más cruda del "material" que han usado que la de estos impartidores de *blogs* machistas. Y que tanto han escandalizado a la opinión pública y los gobiernos.

Es como si la educación sexual pornográ ca, que perpetúa la sumisión sexual de las mujeres, solo resultase dañina si se hace de forma explícita. El error de este profesor ha sido legitimar en público y de forma abierta lo que es el mensaje de la industria sexual patriarcal: tienes derecho a disfrutar virtualmente de los cuerpos de las mujeres y tienes derecho a acceder a ellas de forma real con la prostitución. Estas lecciones de legitimación en el machismo tardío se abordan de manera cuasiacadémica. Nuestra pregunta es, ¿por qué preocupan estos individuos aislados y se baja la cabeza ante la industria del porno y la prostitución, que es mucho más masiva y abierta y que está al alcance de niñas y niños.

PROSTITUCIÓN EN LA REALIDAD

El camino que sigue la prostitución en nuestras sociedades es similar al de la pornografía. Un camino de intromisión en la vida cotidiana,

de normalización y legalización. Hace años, y a raíz de la revolución sexual iniciada en los sesenta —las nuevas libertades sexuales, que van desde el progresivo descenso de la edad de comienzo de las relaciones sexuales hasta la aparición de secciones jas de consejos y recomendaciones sobre prácticas sexuales en los *blogs* de todos los periódicos— lo esperable era la práctica desaparición de la prostitución. Y, sin embargo, con la globalización el trá co de chicas y mujeres se ha convertido en un gran negocio internacional de las ma as, junto con el trá co de armas y el trá co de drogas. Hoy en día perviven y se han radicalizado las dos posturas enfrentadas en este tema en las "guerras del sexo" de los ochenta. Por un lado y desde una postura cercana tanto a lo "queer" como al neoliberalismo, se argumenta desde la tesis de que la prostitución es un trabajo más, que todo, y por supuesto el cuerpo, debe entrar en el mercado capitalista donde se intercambian servicios por dinero y que hay mujeres que optan libremente por esta actividad y por tanto hay que regularla. Por otro lado está la postura abolicionista. Desde esta posición la prostitución no es comparable a ningún otro trabajo, por eso, entre otras cosas no es ni puede ser estudiado como profesión en los centros públicos de enseñanza. Esta postura plantea con radicalidad la investigación de lo que realmente subyace a la prostitución de las mujeres y como ideal último la desaparición de la misma. También se de ende que la sexualización de las mujeres y su comercialización es hoy, en los tiempos de la igualdad formal, uno de los mecanismos fundamentales de reproducción de la desigualdad sexual (De Miguel, 2015).

La práctica de la prostitución refuerza la concepción de las chicas/ mujeres como cuerpos y trozos de cuerpos de los que es normal disponer y de los que no importa preguntarse cómo ni por qué están ahí. El hecho de que los varones busquen y encuentren placer sexual en personas que obviamente no les desean en absoluto es, sin duda, una importante materia de re exión sobre el abismo que se abre bajo la aparente igualdad y reciprocidad en las expectativas y vivencias sobre la sexualidad. Esta despersonalización de seres humanos, a veces muy jóvenes y en su mayoría inmigrantes de todas las etnias y países empobrecidos supone, aparte de la inmoralidad que pueda signi car, la reproducción activa de las identidades más arcaicas y conservadoras del patriarcado: por un lado están las mujeres madres y esposas, hijas y amigas, y por otro las putas, las mujeres que al no ser de ninguno pueden ser de todos, las célebres "mujeres públicas".

Sin embargo, desde el mundo de la creación —películas, series, videoclips — se está machacando con el tema de "las chicas alegres" y modernas" y lo normal de la prostitución como un mandato que hay

que aceptar: es normal y deseable buscar placer en la necesidad y falta de deseo ajenas. Realmente las generaciones más jóvenes, que son llamadas a la transgresión por la publicidad y los medios viven muy mal el insulto de “puritana, frígida, reprimida”. Están desarmadas teóricamente para interpretar como parte del sistema de dominación patriarcal un comportamiento que bajo la apariencia de posmodernidad remite a las más rancias y antiguas imposiciones patriarcales. A lo que se llama el o cio más viejo del mundo. Sin embargo, hoy la diferencia ya no está entre chicas buenas y chicas malas, está entre chicas que pueden controlar el acceso a sus cuerpos y las que no van a poder hacerlo. La prostitución de las segundas se legitima, en general, con la frivolidad de las primeras. La película de *Pretty Woman* idealiza y glamouriza la prostitución y refuerza la idea de que es un trabajo libre y maravilloso. Las prostitutas reales, a la vista está, aguantan en las carreteras, en los polígonos y las habitaciones de los burdeles. Y ni suben al coche de Richard Gere, ni las llevan de compras, precisamente.

El problema, volviendo al debate teórico, reside en que en el “posfeminismo” y el “enfoque queer”, el concepto de *libre elección o consentimiento* se ha convertido en el tema central de las argumentaciones, y a menudo el punto nal de las mismas. Ella lo ha elegido, no hay problema. Sin embargo, es posible argumentar, como ya hiciera en su día Simone de Beauvoir, que ningún sistema de dominación se mantiene sin la complicidad de los sometidos. Cuando las feministas de los años sesenta boicoteaban la elección de *Miss America*, hacían patente la mercantilización de los cuerpos de las mujeres que des laban en bañador mostrando la mercancía. Y claro que las rebeldes de la época sabían que las candidatas a *miss* se presentaban voluntariamente. Lo que no se le ocurría a nadie, menos a las feministas, era mantener que el concurso “empoderaba a las mujeres”. Pues esto es, exactamente, lo que hace hoy día una parte del feminismo con la pornografía y la prostitución. Mantener que como hay dinero por medio, empodera a las mujeres. Algunas artistas que ganan mucho dinero por desnudarse o contar su vida sexual desempeñan un papel importante para legitimar esta nueva normativa sexual. Pero algo tiene que estar claro: que una mujer gane dinero con lo que hace, sea una mujer heterosexual, lesbiana o transexual, no hace de ello un acto ni subversivo ni feminista. Haya o no haya sexo por el medio.

EL CAPITAL ERÓTICO O LA VERSIÓN FINA DE ‘VENDE TU CUERPO O

AL MENOS UTILÍZALO’

En los últimos tiempos no dejan de aparecer enfoques teóricos revestidos de “neutralidad cientí ca” que sostienen que las mujeres cuentan con grandes posibilidades de ascenso y promoción gracias a lo que se puede denominar su “capital erótico”, antes cuerpo. El libro de Catherine Hakim, *Capital erótico, el poder de fascinar a los demás*, es uno de estos casos. La tesis de Hakim es sencilla, el capital erótico puede y debe ser utilizado por las mujeres como ascensor social y como recurso de intercambio monetario, ya sea en el matrimonio o en la prostitución. El uso de tal recurso es legítimo en una sociedad donde las mujeres gozan de más capital erótico que los varones y donde estos desean obtener favores sexuales que a las mujeres les interesarían mucho menos. Lo que hay que enfatizar, como tan certeramente ha señalado Isabel Menéndez, no es que una señora escriba este ensayo, sino la enorme atención mediática que suscita. ¿Es algo casual que mientras el discurso del feminismo humanista y universalista apenas logra salir de los círculos minoritarios, las publicaciones que pregonan el determinismo biológico y su aceptación tipo hombres de Marte-mujeres de Venus se vocean en todos los medios de masas? En palabras de Menéndez lo que interesa a los medios es convertirse en altavoces de “posiciones que, bajo un lenguaje pseudofeminista, no son sino una vuelta de tuerca al pensamiento patriarcal” (Menéndez, 2014). La sociedad apoya con tanto fervor la libertad de las mujeres para venderse que no hay más remedio que aplicar la clásica hermenéútica de la sospecha y el *cui bono*.

El discurso de Hakim no es nuevo, ni mucho menos. En el plano analítico y descriptivo el propio autor de esta compilación, el sociólogo Enrique Gil Calvo, al igual que Bourdieu, lleva décadas utilizando categorías como “capital cultural” o “capital simbólico” para explicar el funcionamiento de la sociedad. Efectivamente, no solo el capital económico mueve el mundo y tiene valor en la vida humana, si se quiere “en los mercados”. Lo que ha sido novedoso en el caso de Hakim son dos cosas: por un lado la campaña de márketing que ha rodeado y publicitado su libro, y por otro lado, que no pretende quedarse en el plano analítico y descriptivo, explicar cómo funciona de hecho la sociedad, sino que normativiza cómo deben comportarse las mujeres. Y esta es la parte “provocativa” que tanto gusta a los medios y que tanto vende “en el mercado”. También porque ella misma luce su propio capital erótico para vender más y mejor, pero no a ella misma, su cuerpo, sino su libro.

Por otro lado, cabe preguntarse en qué di ere el planteamiento normativo de Hakim, que viene a decir “sácate partido hija, no seas ñoña” de los viejos consejos de las madres en el pasado: “Hija, tú ponte guapa y enseña un poco, pero lo justo”, “y sobre todo hazte un poco la tonta, que a los hombres no les gustan las listillas”, “tú halágale, dile lo listo que es, lo fuerte que es, lo bien que lo hace todo”. Teoría del capital erótico en estado puro.

¿Qué está hoy en juego? La cuestión importante que está en juego es el enfrentamiento entre una concepción neoliberal del ser humano como cuerpo y mercancía en que todo vale si hay dinero y “consentimiento” por el medio y una concepción humanista y un análisis radical y estructural de la sociedad. Una concepción en que no se estudian las decisiones de las personas como decisiones aisladas y donde se considera que las estructuras normativa y coactivas determinan a favor del sistema de dominación las elecciones de los individuos. Un sistema donde el consentimiento y el dinero se limitan a hacer aceptable lo inaceptable.

NEOLIBERALISMO SEXUAL Y NEOLIBERALISMO ECONÓMICO

En la actualidad, diferentes autoras están coincidiendo en diagnosticar una nueva ola de reacción contra los avances de las mujeres. Y ya sabemos por la historia que siempre que ha habido avances sustantivos en la situación de las mujeres han venido seguidos de una oleada de teorías y publicaciones reaccionarias. De una nueva “mística de la feminidad y la masculinidad”. Si la lósofa ecofeminista Alicia Puleo escribe sobre una “contrarreforma patriarcal”, Alicia Miyares lo hace de “la revancha del patriarcado”. Una de las maneras de entender esta reacción es analizar la proliferación de los discursos neomachistas en la red. Estos discursos adoptan diversas formas como la minimización de la violencia de género o la acusación de que el feminismo quiere dar la vuelta a la tortilla y quienes ahora necesitan protección son los hombres. En el contexto de este capítulo, en que analizamos la expansión del mercado, el discurso neomachista y posfeminista se articula de la siguiente forma: por un lado se mantiene que las mujeres ya son libres e iguales, por otro, que en consecuencia ya son libres para venderse.

Según este planteamiento individualista se invita a pensar, a veces con cierta agresividad, que cualquier decisión que toma una mujer es,

por el hecho de que la haya tomado una mujer, una decisión feminista. Por el mero hecho de que ella "libremente" haya decidido. El feminismo se convierte en una teoría política que coincide enormemente con las preferencias individuales y el neoliberalismo más posmoderno. Y nada que ver con el liberalismo clásico que si tenía que ver con los contextos en que se realizaban las acciones. Lo de nitivo es que en este "yo decido" y "quién eres tú para cuestionar mi acción", el contexto social y económico, de género y clase que condiciona las decisiones ha desaparecido.

Que una mujer decide prostituirse: bendita libertad. Que decide dejar de trabajar en el mercado asalariado cuando tiene su primer hijo: bendita libertad. Que decide someterse a una operación para implantarse unos pechos de silicona o para recomponerse sus labios mayores y menores en sus partes sexuales: bendita libertad. Salir medio desnuda en las campanadas de nochevieja con un señor vestido al lado: bendita libertad. Y por si no estuviera bien claro, ya son ellas mismas quienes se encargan de pregonarlo en las redes sociales: "nunca me he sentido tan absolutamente libre (que como cuando he cobrado por mercantilizar mi cuerpo"). Una re exión al respecto: ¿cuándo hemos oído a los hombres presentadores tener que mantener que sus acciones "son absolutamente libres"? Por ejemplo para dar las campanadas de nochevieja arropados hasta las orejas, con camisa, corbata, chaqueta y capa española.

La imposición neoliberal del mito de la libre elección no se puede combatir fácilmente por medio de eslóganes. Para comprender cómo funciona el sistema de poder y desigualdad en que estamos inmersos hay que sentarse a re exionar. Seguramente leer, estudiar, desarrollar la capacidad de analizar estructuras. Y desarrollar también la empatía y un punto de vista moral. Interesarse por algo más que el propio ombligo o si a ti personalmente te va bien. El problema social y político del discurso de "la libre elección" no reside, claro está, en lo que haga una minoría de mujeres que salen en los medios. El problema reside en que si se normaliza el uso y la venta del cuerpo como "trabajo" son otras las se van a ver empujadas a disfrutar de esa misma libertad que se erige en modelo de "mujer libre". ¿Por qué una camarera no va a poder ser contratada como "camarera y puta" a la vez? O co mo les pasa a tantas mujeres que contestan a anuncios de servicio doméstico y les proponen hacer las camas semidesnudas o atender a los "clientes" con co a y delantal. Lo que algunas denominan su "absoluta libertad" se convierte en una imposición de mercado para otras.

Sexo y mercado están deviniendo más compañeros que nunca. Y por

el camino se convierten en el modelo para legitimar cualquier uso del cuerpo si hay dinero por el medio. El eslogan que circula por la red "mi cuerpo es mío, sí a la prostitución, si al aborto, sí a los vientres de alquiler" es una buena muestra de ello. En esta ceremonia de la confusión que son los mensajes de 140 caracteres se mezclan los derechos humanos con los temas de mercado, de lo que se puede comprar y vender. Es decir, la idea del ser humano como un proyecto único que le hace sujeto de derechos con una visión del ser humano como propietario de una mercancía, su cuerpo, de la que puede y debe disponer en una sociedad de mercaderes. Legitimar la venta de cuerpos como productos en sí mismos signi ca el n de cualquier barrera al poder económico y patriarcal. Poderes que no ven ni quieren ver más allá de sus deseos.

BIBLIOGRAFÍA

AMORÓS, C. (1985): *Hacia una crítica de la razón patriarcal*, Barcelona, Anthropos. BERTHOLET, D. (2005): *Claude Lévi-Strauss*, Valencia, Universidad de Valencia. BURCH LEÓN, V. "Más allá del cuerpo, el feminismo como proyecto emancipador" en http://www.mujeresenred.net/spip.php?article2202

CARRASCO, C.; BORDERÍAS, C. y TORNS, T. (eds.) (2011): *El trabajo de cuidados. Historia, teoría y políticas*, Madrid, Los Libros de la Catarata.

DE MIGUEL, A. (2015): *Neoliberalismo sexual, el mito de la libre elección*, Madrid, Cátedra. DE MIGUEL, A. y FAVARO, L. (2016):"¿Pornografía feminista, pornografía antirracista, pornografía antiglobalización? Para una crítica del proceso de porni cación", *Labrys, Revista de Estudos Feminisaes*, 29.

FEMENÍAS, M. L. (1996): *Inferioridad y exclusión. Un modelo para desarmar*, Buenos Aires, Grupo Editor Latinoamericano.

GÁLVEZ MUÑOZ, L.; RODRÍGUEZ MODROÑO, P. y TORRES LÓPEZ, J. (en prensa, 2016): *The Feminist Economics of Austerity. Against Austericide*, Londres, Routledge.

GUERRA, M. J. (2016): "La mercantilización de los cuerpos de las mujeres. La gestación subrogada como nuevo negocio transnacional", en *Feminicidio.net* 23/02/2016: http://www.feminicidio.net/articulo/la-mercantilizaci por cientoC3 por cientoB3n-del-cuerpo-las-mujeres-la-gestaci por cientoC3 por cientoB3n-subrogada-nuevo-negocio HAKIM, C. (2012): *Capital erótico, el poder de fascinar a los demás*, Madrid, Debate. LÉVI-STRAUSS, C. (1985): *Las estructuras elementales del parentesco*, Barcelona, Planeta-Agostini (1ª ed. 1949).

MENÉNDEZ MENÉNDEZ, I. (2014): "Alianzas conceptuales entre patriarcado y postfeminismo: A

propósito del capital erótico", *Clepsydra. Revista de Estudios de Género y Teoría Feminista*, 13.

MIYARES, A.(2015): "La revancha del patriarcado", en R. Mª Rodriguez Magda (ed.), *Sin género de dudas. Logros y desafíos del feminismo hoy* , Madrid, Biblioteca Nueva.

MURILLO, S. (1996): *El mito de la vida privada. De la entrega al tiempo propio*, Madrid, Siglo XXI. NUÑO, L. (2009): *El mito del varón sustentador*, Barcelona, Icaria. OROZCO, A. (2014): *Subversión feminista de la economía*, Madrid, Tra cantes de Sueños, PULEO, A. (2011): *Ecofeminsmos para un mundo global*, Madrid, Cátedra. SANDEL, M. J. (2013): *Lo que el dinero no puede comprar*, Madrid, Debate. SASSEN, S. (2003): *Contrageografías de la globalización. Género y ciudadanía en los circuitos transfronterizos*, Madrid, Tra cantes de Sueños.

VALCÁRCEL, A. (2014): *Sexo y Filosofía. Sobre mujer y poder*, Madrid, Horas y Horas (1ª ed. 1991). WALTER, N. (2010): *Muñecas vivientes. El retorno del sexismo*, Madrid, Turner.

CAPÍTULO 5

EL MERCADO CON ATADURAS

ILDEFONSO MARQUÉS PERALES

En octubre de 1987, en una entrevista para la revista *Woman's Own*, Margaret Thatcher selló con las siguientes frases la plasmación de la revolución neoliberal: "La sociedad no existe. Lo que existen son hombres y mujeres individuales y sus familias". Aproximadamente una década antes, el economista Gary Becker había publicado *The economic approach to human behavior* (1976). En esta obra, la economía dejaba de ser una disciplina centrada en un contenido concreto para convertirse en una metodología de análisis (teoría de la acción racional). La sociedad iba ser de nida, entonces, como un agregado de individuos que maximizaban su utilidad partiendo de preferencias estables. En los siguientes años, toda una pléyade de estudios sobre las más diversas materias (preferencias electorales, delincuencia, matrimonio) iban a ser realizados a partir de este enfoque teórico. De hecho, a partir de los años noventa, va a constituirse como el *mainstream* conceptual en ciencias sociales.

En realidad, lo que Becker hacía era tomarse en serio la de nición de economía dada por Robbins. Este en *Ensayo sobre la naturaleza y signi cación de la vida económica* (1932) estipuló que la economía era "la ciencia que estudia el comportamiento humano como una relación entre nes y medios escasos que tienen usos alternativos" (1935: 16). El cambio era radical dado que esto suponía mudarse de un campo concreto —el de las cosas "der parné"— a toda una metodología —la elección racional—. De ahí que como señalaría con acierto Haa-Joon Chang (2015), comenzaran a surgir libros como *Freakonomics* (2007), *El economista camu ado* (2007) y *El economista naturalista* (2008). Básicamente, todos ellos iban a reducir toda la pluralidad de la vida humana a su dimensión estrictamente económica.

Sin embargo, antes que nada, podríamos preguntarnos cómo este imperialismo económico se comporta en su propio terreno, a saber, en el campo de la producción, distribución y consumo de bienes. ¿Es cierto que frente a los mercados se hallan agentes individuales que maximizan sus acciones guiados por una lógica de coste-bene cio? ¿Es correcto cali car como natural las leyes que rigen el mercado capitalista? ¿Existe algún componente necesario para su correcto funcionamiento más allá de la ley de la oferta y la demanda? ¿Sería posible crear un mercado de concurrencia perfecta en el que las decisiones tomadas se limitaran a cálculos estratégicos e interesados? ¿Qué impacto tienen las ciencias económicas en la realidad económica?

En este capítulo, sacamos a colación una serie de anomalías teóricas que el enfoque neoclásico no ha sabido responder. Lo haremos, además, prescindiendo del enfoque *macro-micro*, es decir, lo haremos iniciando nuestras pesquisas por el agente y pasando luego a las estructuras. No pretendemos dotar de ningún estatuto epistemológico particular a este enfoque, lo hacemos desde un criterio estrictamente metodológico; empleando el enfoque que practican los defensores de la acción racional más ortodoxa les mostraremos mejor sus carencias. Nuestra tesis es la siguiente: los individuos están limitados por su naturaleza individual y social. No tienen ni la habilidad ni el tiempo para ejercer juicios conscientes y racionales. Estos son muy complejos y altamente impersonales. Además, los individuos nacen ya situados en agregados y enraizados en contextos particulares. Estos les dotan de instrumentos de interpretación de la realidad. Dadas estas carencias, los sujetos se ayudan de la norma, que al contrario que el cálculo, es clara y, sobre todo, rápida. Alrededor de las normas se forman redes que ayudan a los sujetos a comportarse en el mercado. Estas les auxilian en momentos de duda y en contextos en los que la información es compleja (y paralizante). En la redes, además, los individuos contraen obligaciones con sus semejantes.

Y es en el reparto de estas obligaciones donde se genera el “capital simbólico”. Es en su búsqueda cómo los individuos se orientan en su vida dotando de sentido a sus acciones. Es esta y no otra la única reconstrucción racional de la acción que cabe realizar. La única gramática útil para pensar los problemas sociales (Martinez, 2004). También en este artículo, nos centraremos en la naturaleza de los actos performativos de la economía relatando la experiencia del mercado de fresas en Fontaines-en-Sologne (García, 1986). Terminaremos subrayando la irreductibilidad de lo social a lo económico.

INTRODUCCIÓN

Señalar que los individuos tienden a maximizar sus bene cios cuando emprenden una acción es una a rmación que, aun siendo cierta, no nos dice mucho sobre cómo se comportan los individuos en el mundo social. Ya en su *Ética a Nicómaco*. Aristóteles nos advertía que “para todos consiste el bien en dos cosas: en elegir acertadamente la meta y el n de las acciones, y en encontrar las acciones que conducen a ese n” (2001: 31). Asimismo, señalar que los individuos forman agregados

tampoco nos sirve para saber mucho sobre su comportamiento. De hecho, de nuevo Aristóteles, también nos advirtió que los hombres por naturaleza tienen tendencia a vincularse entre ellos (2005).

Ahora bien, si nos deslizamos, como señalaba Marx, de las cosas de la lógica a la lógica de las cosas, el mecanismo de maximización de la utilidad y la formación de agregados individuales se nos antoja como una base muy simpli cada para explicar las cosas del mundo social. Una cosa es tratar de buscar un modelo que dé cuenta de la realidad y otra muy distinta tomar el modelo como comportamiento de la realidad. Quizá la diferencia fundamental entre los postulados de la economía y la sociología sea esta: *Mientras que la economía ha forzado a la realidad para que entre en el modelo, la sociología ha forzado el modelo para que entre la realidad en él*. De ahí, que una haya sido escrupulosamente precisa y otra haya violado una y otra vez las asunciones metodológicas más o menos establecidas. Hirsch, Michaels y Friedman (1987) lo explicaron muy bien cuando señalaron que la diferencia entre aproximaciones de ambas ciencias responde a un modelo de "manos limpias" (economía) y a un modelo de "manos sucias" (sociología).

Cuando Max Weber en *Economía y sociedad* (1993) analiza los tipos de racionalidad hace un ejercicio brillante al respecto. Especi ca que, en efecto, existe una racionalidad con arreglo a nes que se sustenta bajo criterios de e ciencia. Esta es, además, fundamental para el desarrollo de empresa capitalista y del Estado moderno. Ahora bien, sería inapropiado desterrar de esta clasi cación otros modos de racionalidad. He aquí su modelo de "manos sucias". A veces actuamos con arreglo a valores. Y no solo eso: a veces (casi siempre) actuamos en función de hábitos interiorizados o atendiendo directamente a nuestras emociones.

NI UN INDIVIDUO RACIONAL…

En el mundo real, la racionalidad de los individuos se halla sometida a fuertes constreñimientos que coartan toda posibilidad de elección en el sentido marcado por los economistas neoclásicos. El individuo no se halla frente a un plano desde el que visualiza las opciones a tomar y decide en consecuencia. Más bien, se halla rodeado por una realidad que le exige respuestas automáticas y sin dilación. Veamos cuáles son los obstáculos que frenan el despliegue de la razón consciente y

estratégica.

Existen “limitaciones psicológicas” que impiden la realización de estimaciones basadas en las probabilidades esperadas. Las limitaciones de este tipo podemos agruparlas en tres grandes grupos. En primer lugar, existen los “obstáculos cognitivos”. Los individuos son incapaces de actualizar la información que poseen en todo momento y en todo lugar. Dicho de otra forma, los seres están limitados por el papel frágil de su memoria que les impide computar todas las opciones posibles. En segundo lugar, los individuos no disponemos de todo el tiempo del mundo para tomar nuestras decisiones. Puesto que la gente tiene que votar el día de las elecciones, comer cuando tiene hambre y estudiar siempre antes del examen, las elecciones están completamente moldeadas por el tiempo. Llamamos a estas limitaciones “obstáculos temporales”. Los entornos a los que nos enfrentamos en ambientes naturales están casi siempre atravesados por la incertidumbre. De ahí que las decisiones se tomen casi siempre en contextos en los que el tiempo apremia. En tercer lugar, todo esto lo hacemos “poseídos” por sentimientos, por *animal spirits* que diría Keynes. E incluso muchas veces estos sentimientos se convierten en catalizadores de la propia acción racional. Dados estos obstáculos (cognitivos, temporales y emocionales), diversos autores han llegado a la siguiente conclusión: los individuos más que optimizar lo que hacen es establecer un umbral a partir del cual consideran que sus elecciones están satisfechas. Una vez excedido este umbral se detiene el proceso de búsqueda (Simon, 1992).

Pero aquí no termina la cosa. Pese a que es importante tener en cuenta todas limitaciones de carácter individual, también hay que considerar que existen limitaciones de carácter social. Y aquí vamos a establecer dos grandes grupos. En primer lugar, las decisiones plenamente racionales no pueden tomarse porque para ello debemos de estar plenamente informados sobre las opciones a seguir. Pongamos un simple ejemplo: por muy acotadas que estén las opciones en la memoria de las personas, eso no impide que un individuo (o un grupo de ellos) oculte información a otro(s). Dicho de otra forma, aunque los individuos pudieran procesar todas las opciones, siempre existe la posibilidad de que parte de la información no esté presente. Los canales de los que uye la información pueden bene ciarse del reparto asimétrico de información (Lukes, 2006). En segundo lugar, y sin duda más importante, la ausencia de recursos impide, en multitud de ocasiones, el desarrollo de cierto tipo de cálculo. Sin duda, el sociólogo francés Pierre Bourdieu lo señala mejor que nosotros:

Sería posible mostrar que las disposiciones calculadoras (en materia de trabajo, de ahorro, de

vivienda, de fecundidad o de educación) están ligadas, por la mediación de las disposiciones relativas al futuro, a condiciones económicas y sociales que son condiciones económicas y sociales de posibilidad e imposibilidad. Por debajo de un cierto umbral de nido (o mejor aún, detectado) por un cierto nivel económico y cultural, las disposiciones racionales no pueden constituirse, y la incoherencia se transforma en el principio de la organización, naturalmente desorganizada, de la existencia de los subproletarios, incluso en la relación con el espacio y con el tiempo (Bourdieu, 2008).

En consecuencia, lo interesante para dilucidar lo que ocurre en el mundo social surge cuando nos preguntamos por qué debido a nuestras carencias a la hora de optimizar creamos agregados. Dicho de otra forma, lo realmente sugerente será comprobar cómo los individuos agrupándose unos con otros eluden el hecho de tener que realizar cálculos complejos en un mercado rebosante de información.

Empecemos por lo más importante. Antes de programar cualquier acción, los individuos permanecen unidos a un género determinado, a una familia particular, a un grupo religioso concreto, a una de nida clase social y una etnia especí cas (Portes, 2014). Están insertos en redes de interdependencia que no se diluyen en el mercado. Sus preferencias resultan en buena medida de la pertenencia a grupos sociales. Los economistas declaran *terra incognita* al estudio de las preferencias señalando *de gestibus non est disputandum* (Stigler y Becker, 1977). Los individuos no se enfrentan a la realidad *extabula rasa*, lo hacen con un bagaje de experiencias previas que les sirven para interpretar *(frames)* desde una perspectiva u otra.

El mercado no está compuesto por individuos independientes sino por individuos que obligatoriamente entran en cooperación y comunicación tanto en su vida económica como no económica (Granovetter, 2004). A este respecto, Granovetter (2004) señala, con enorme acierto, que mucha información es sutil, llena de matices y difícil de veri car por lo que los actores no confían en fuentes impersonales y, en su lugar, confían en la gente que conocen. Las instituciones sociales no son una losa que pesa sobre el *libre arbitrio*. No son el resultado exclusivo de procesos históricos y decisiones formales colectivas. Dicho de otra forma, de relaciones de poder (Chang, 2015). Ellas nos permiten bregar con los enredos del mundo. Son “rutinas de organización” (Simon, 1979). Nos permiten lidiar con nuestra racionalidad imperfecta y predecir las conductas de los demás.

Además, es inevitable que los individuos contraigan obligaciones con cada uno de los grupos a medida que las relaciones que se establecen van madurando. Dicho de otra forma, los individuos que se hallan unidos objetivamente tienden a estarlo subjetivamente

(Bourdieu, 1972). Y no hay que ver en ello el efecto embrutecedor de la estructura social. Muchas de las obligaciones contraídas son satisfechas sin que sea necesario ningún esfuerzo dado que encontramos en gran medida placentero el ser admirado por los demás. Es posible que los mecanismos implicados en ello no sean solo sociales y psicológicos sino también genéticos (Rizzolatti y Corrado, 2008; Damasio, 2010). No vamos ahora a entrar en ello. Tan solo señalaremos que en el transcurso de nuestras interacciones, gracias a la articulación de valores, creencias y costumbres, los individuos son capaces de simpli car la toma de decisiones que han de tomar en su vida económica. Estas son satisfechas sin que se presente la necesidad de recurrir a una acción consciente y optimizadora (Simon, 1992). Y es que mientras que el cálculo es por naturaleza molesto, en cambio, la creencia y, sobre todo, las costumbres no lo son. Granovetter (2004) señalaba a este respecto que las normas eran claras pues nos dicen cómo debemos comportarnos exactamente. Así es cómo se establecen ámbitos en los que se puede desarrollar el cálculo y ámbitos en los que no.

…NI UN MERCADO NATURAL

Si la idea de un individuo movido por la maximización de su utilidad no es correcta, tampoco lo es la idea de un mercado natural organizado de forma exclusiva por la ley de la oferta y la demanda. Los pilares teóricos sobre los que se sustenta la sociología económica se levantan sobre tres conceptos que nos harán comprender por qué no existe un mercado que se regule de forma automática. Estos son: incrustación, capital social y dependencia del camino. Empecemos por explicar el primero de ellos.

A lo largo de historia, las sociedades se han dado a sí mismas espacios particulares para dirigir con más e ciencia sus asuntos. Las sociedades avanzadas con guran esferas de actividad cuya articulación es, en gran medida, y por esto mismo, autónoma. Para que existan campos especializados debe, por tanto, existir un trabajo anterior destinado a crear fracturas con aquellos otros campos que constituyen el espacio social. Al contrario que en las sociedades avanzadas, en las sociedades indiferenciadas se articulan de forma conjunta las funciones de parentesco, de economía y políticas (Campillo, 2001).

Lo que denominamos economía es, entonces, una esfera de

actividad más: aquella que nos sirve para ganarnos el sustento (Polanyi, 2009). Y, evidentemente, puesto que no es posible subsistir sin bienes, en todas las sociedades encontramos un intercambio con la naturaleza para dotarnos de sus frutos. Tampoco podemos eludir las relaciones de parentesco y políticas (ni las simbólicas que son transversales a las tres). Es lo que el lósofo español Antonio Campillo denomina el "equilibrio antropológico" (Campillo, 2001).

Dado que la actividad económica se inserta en una sociedad particular, se enreda inevitablemente en las instituciones que la forman. Así, la lógica económica siempre se verá alterada por la lógica social que la engloba. O dicho de otra forma, no es posible aislar ninguna esfera de actividad del "ruido" que generan las otras. Y esto es así por una circunstancia muy sencilla de explicar. Pongamos un ejemplo: hasta principio de los años sesenta, la calidad de la educación fue pensada en función de los presupuestos que se invertían en ella. La "nueva pedagogía progresista norteamericana" insistía que lo importante eran distintas variables como los materiales del aula, la ratio profesor-alumno y los medios tecnológicos. Tras la publicación del *Informe Coleman* (1966) se puso claramente de mani esto que la vida escolar de un país se inserta en su estructura social. Las divisiones raciales, económicas y sociales que fracturaban el país se dejaban sentir "golpeando" los pupitres de las aulas de los Estados Unidos.

Los individuos no son agentes particulares situados frente a objetos que sacian su placer. Son sujetos vinculados, sí es cierto, a cosas pero también a otros sujetos. Estos no tienen necesariamente que constituirse como medios para la obtención de cosas (Lahera,1999: 38). Bien pensado, esto es un error de bulto: "la humanidad del ser humano no puede a rmarse a sí misma más que mediante al relación intersubjetiva" (Campillo, 2001: 29). Aquello que constituye lo más propio de toda acción social es la in uencia por la acción de otros, que obliga a una respuesta e induce a nuevas acciones (Campillo, 2001: 59).

¿Por qué, entonces, pensamos que el mercado es universal y las sociedades no lo son? ¿Por qué pensamos que hay un mercado globalizado y no una sociedad universal? La ilusión de un mercado que se regula a sí mismo solo es posible cuando se realiza un trabajo histórico previo de transformación de la estructura social. Y esta no es una labor sencilla. Para crear un mercado libre es preciso constreñir a toda una sociedad para que gire en torno a los fundamentos que rigen la ley de la oferta y la demanda. Es obligatorio detenerse aquí en la obra del economista húngaro Karl Polanyi y en su obra *La gran*

transformación (1989). Contrariamente a lo que es ampliamente asumido, la sociedad de mercado es una construcción ciertamente reciente en la historia. Es en la Inglaterra del siglo XVIII cuando una burguesía en ascenso y una aristocracia en declive comienzan a convertir en mercancías objetos que no habían constituido previamente parte del mercado. Así es cómo la tierra, el trabajo y el dinero fueron mercantilizados. Como era de esperar, la resistencia que mostró la sociedad inglesa ante este proceso fue enorme. No fue este un proceso repentino, necesito su tiempo. Hubo de cercar tierras, crear nuevas leyes para pobres y gremios. Al nal del proceso fue cuando el campo económico adquirió una autonomía propia gobernada por un conjunto de reglas que le imprimen una lógica especí ca.

El aforismo “los negocios son los negocios” descansa pues sobre un trabajo precedente pues en la historia de la humanidad ya que nunca los negocios estuvieron desligados de las instituciones sociales. El economista húngaro consideraba que una sociedad de mercado era un imposible antropológico en el sentido de que se produciría una descomposición de las relaciones sociales. El fascismo y el comunismo eran, en sus propias palabras, contramovimientos destinados a combatir el *laissez-faire*. Las consecuencias, por tanto, históricas de aquel intento de desmembración fueron catastró cas.

En 1963, Ahmad El Naijar fundó un banco basado en los principios de la ley islámica. Dado que la principal actividad de los bancos occidentales era el cobro de intereses en préstamos, un árabe que fuera respetuoso con la sharia debería rechazar todo tipo de usura ya que el Islam prohíbe la ariba por el daño social que genera. Aunque esta experiencia duró solo unos pocos años, en la actualidad, SBC o Lloyds TSB, Deutsche Bank disponen de productos financieros que respetan los preceptos religiosos islámicos. Esto supone una clara incrustación del mercado de las finanzas en la sociedad en la que intenta insertarse. Podríamos citar experiencias similares como la Banca Ética o/y las

antiguas Cajas de Ahorros españolas.

La especulación, las apuestas excesivamente arriesgadas, la inversión en tabaco o alcohol, la apertura en viernes están totalmente prohibidas (Sánchez, 2006). En la actualidad, una cantidad no despreciable de bancos que no proceden del mundo islámico (China o Corea del Sur) están asimilando los principios de esta banca como contrapunto a la crisis económica.

Lo mismo que sucedió en Inglaterra va a suceder posteriormente en el resto del globo, no obstante, serán las naciones las que constituyan ahora un nuevo *dramatis personae.* Una vez que Gran Bretaña se convirtió en un país de grandes empresas, se invitó a otras naciones a abrir sus mercados. Hay que recordar que anteriormente, a sabiendas de que la libre competencia no era intrínsecamente positiva, Gran Bretaña se había protegido de las grandes empresas extrajeras. Ya desde el comienzo de la dinastía Tudor, los reyes se guardaron de someter a la competencia internacional a su industria textil. El mercado exterior de lana estaba dominado por las compañías amencas. La política que se desarrolló a la sazón iba encaminada a la imposición de aranceles. Pero no solo eso. El Gobierno se ayudó en todo momento de su armada: "buscando a través de la guerra lo que no habían conseguido por medio del comercio" (Arrighi, 1994). En 1721, Robert Walpole, considerado —valga la redundancia— el primer "Primer Ministro" de Gran Bretaña, creó un programa de desarrollo fuertemente arancelario (Chang, 2015). solo cuando las industrias nacionales estuvieron preparadas para la competición internacional, se permitieron aplicar políticas no intervencionistas. Aquellas naciones, que como Gran Bretaña, pudieron protegerse de los mercados adversos y salir a la palestra fortalecidos lo hicieron. En mayor o menor medida, Estado Unidos, Japón e Italia desplegaron estas políticas con diferente envergadura. A medida que los países son más débiles, su capacidad para imponer el proteccionismo es menor. Esto es lo que Chang ha denominado como la estrategia de "retirar la escalera" (Chang, 2004). A los países débiles se les niega la posibilidad de seguir las estrategias de desarrollo que han seguido los fuertes.

La noción de "capital social" intenta dar cuenta de esta realidad. No obstante, tendremos que de nirla con anterioridad pues hoy en día este concepto ha devenido sinónimo de civismo. La de nición dada por el sociólogo francés Pierre Bourdieu sigue siendo plenamente

pertinente. Entendemos por capital social al agregado de los recursos reales que están ligados a la posesión de una red durable de relaciones de conocimiento y reconocimiento institucionalizadas (1985). O en palabras de Portes (2014), los recursos a los que se acceden por el hecho de formar parte de redes sociales. Las empresas familiares funcionan basándose en el capital social. Estas no son una anomalía dentro del capitalismo avanzado. Son la norma (si por esta entendemos regularidad). De hecho, un 85 por ciento de las empresas son empresas familiares que emplean a más de catorce millones (70 por ciento del empleo privado) con un volumen de negocio que es el equivalente al 70 por ciento del PIB (Instituto de la Empresa Familiar, 2009).

Además, hay que tener en cuenta que los individuos y, por extensión, los agregados sociales emprenden acciones que no caen en el vacío. En consecuencia, las acciones que se emprenden no surgen *ex nihilo* sino que lo hacen desde contextos concretos, situados en un eje temporal y espacial especí co. A este concepto se la ha denominado —creo que es la mejor traducción—: "dependencia del camino". Existen una multitud de ejemplos que dan cuenta de la importancia del pasado sobre las elecciones del futuro, especialmente extraídos del campo de la tecnología: la adopción del camino por la izquierda por los británicos el uso del teclado QWERTY, a la victoria del VHS sobre el Beta, *etc.*

Cualquier acción, una vez iniciada deja algún tipo de sustrato que inevitablemente va a in uir el desarrollo de cualquier acción futura. Los pasos dados en una nueva dirección producen pasos en esa misma dirección (Pierson, 2000). Según Husserl, puesto que toda acción deviene hábito: a medida que hacemos algo, algo se queda en nosotros. Las decisiones que tomamos van alojándose en nosotros y convirtiéndose así en nuestras posesiones. Son garantes, así, de la continuidad de nuestra experiencia. El yo se convertiría en un sustrato de habitualidades ya que vamos formando disposiciones a medida que repetimos acciones.

Ahora bien, hay que observar que este yo centrípeto no es un vacío polo de identidad (no más que lo es ningún objeto), sino que, en virtud de una ley de la "génesis trascendental", gana una nueva propiedad duradera con cada acto de un nuevo sentido objetivo irradiado por él (2005: 111).

Una decisión tomada en el pasado puede, pues, in uir en nuestro modo de comportarnos en el futuro. Y esto es así tanto para los sujetos como para los agregados de ellos. El equilibrio del mercado está de

nitivamente in uenciado por la forma que se ha llegado a él. Circunstancias que originalmente concurrieron pueden así tener un impacto en su futuro desarrollo.

Lo cierto es que sucede algo parecido a lo que se denomina “la paradoja de Etzioni”: a medida que los individuos se dirigen de acuerdo a principios basados exclusivamente en el *homo economicus*, las bases que mantienen una economía de mercado van paulatinamente erosionándose (Etzioni, 2007). Que la razón optimizadora socave los pilares del mercado se debe a que los agentes no se comportan nunca de forma completamente oportunista en el sentido neoclásico del término. Pese a que, formalmente, puedan encontrar incentivos para comportarse de forma utilitarista (Granovetter, 2005), en las vidas económicas reales los individuos forman redes basadas en la con anza. Y esta, como se sabe, es la antesala de la cooperación. Para que exista el mercado debe darse un *a priori*: las personas han de pensar que los demás van a hacer lo correcto. Dicho de otra forma: han de tener siempre algún grado de previsibilidad. Sus acciones han ser basarse en la regularidad (Bourdieu, 1972).

Algo que habría que recalcar con especial ahínco es que las redes se deprenden de la pertenencia a grupos sociales que, en las sociedades capitalistas, son las clases sociales. Las redes son el resultado de estructura social (Sommers, 2005). Y esto es así porque pueden constituirse en una fuente potencialmente generadora de oportunidades de vida. O dicho de otra forma, sirven de medio para consolidar la reproducción social. Suponen un multiplicador de recursos poseídos. De ahí que, en aquellos países donde existe una mayor desigualdad económica, el capital social está más disperso entre las clases (Pichler y Wallace, 2009). El “capital social” no es, por tanto, una propiedad individual sino una propiedad que surge de la relación entre los individuos (Edwards y Foley, 1997).

Desde la ciencia política, España, Italia y Portugal (aunque también Grecia) constituyen un tipo propio de régimen del bienestar denominado mediterráneo. Como se sabe, este se caracteriza por una preponderancia de la familia sobre el Estado y el mercado. Pueden buscarse multitud de razones a semejante situación desde las materialistas (industrialización tardía) a las más idealistas (falta de lazos comunitarios). Ahora bien, si se pretende dar una explicación completa de cómo los

regímenes del bienestar han llegado a constituirse debemos comprender sus inicios. ¿Sobre qué base se alzaron los diferentes regímenes? Sigrun Kahl (2005) se ha centrado en el impacto inicial de las creencias católicas, luteranas y calvinistas en relación al tratamiento de la pobreza y establece una correlación entre el tratamiento dado a la pobreza por las diferentes tradiciones religiosas y las actuales políticas de lucha contra la pobreza por parte de los modernos estados aconfesionales. En el caso del catolicismo, la Iglesia siempre consideró a la pobreza como un designio divino y, por lo tanto, tolerado. La gracia de dios podría incluso encontrarse en la pobreza. No así en el caso del protestantismo que lo concibió como un signo de ociosidad (luteranos) e, incluso peor, como un signo de condena (calvinistas). La distinción entre pobres meritorios y no meritorios no alcanzó las cotas que alcanzó en el mundo protestante. De ahí, se explica, en parte, que, en comparación con otros regímenes de bienestar europeos, nuestras políticas de lucha contra la pobreza hayan sido poco generosas, fragmentarias y tardías (Kahl, 2005).

Lo cierto es que el conjunto de decisiones que se tomaron en un principio histórico inicial pueden afectar a la secuencia de posibles resultados futuros (Sewell, 1996). De hecho, en lo que respecta al Estado del bienestar, el tiempo concreto en el que desarrollaron determinadas políticas va a tener un impacto significativo en su desarrollo posterior. Es lo que De Swaan (1996) denomina "ley del avance de arrastre". En aquellos países en los que las políticas del Estado llegan con retraso, las actuaciones por parte de la empresa privada suelen haberse ya iniciado dando lugar a un enfrentamiento entre ambas. En este sentido, Phillip Manow (2004) también ha estudiado de qué forma los estados del bienestar tuvieron que lidiar con las confesiones religiosas precedentes. La Iglesia reformada, la rama no conformista del protestantismo, constituía un sustrato histórico muy diferente de aquel que se hallaba en los países protestantes o católicos. Esta rama del protestantismo rendía tributo a la iniciativa individual, al cultivo de la responsabilidad, al mérito y la disciplina. Fruto de las persecuciones, era antiestatista y congregacionista y abogaba por una separación tajante entre la Iglesia y el Estado. Hay que considerar que incluso los sindicatos ingleses, impregnados por este espíritu, gozaban de un ethos laboral muy marcado en el que se pregonaban las virtudes de la prudencia y previsión (De Swaan, 1998). Por el contrario, en los países católicos, en los que la Iglesia había prevalecido históricamente sobre la nación, el Estado tuvo que enfrentarse a la Iglesia desencadenando posturas profundamente laicas. En el caso del luteranismo, no se autorizó a las iglesias a proveer nunca el bienestar a los feligreses, si bien, tampoco el Estado los consideró como intrusos a los que había que combatir. Su lema "Pray, Pay and Obey" así lo confirmaba.

Ahora bien, contrariamente a lo que han defendido algunos (Lin, 2001), lo que distingue a las clases no es la densidad y el aislamiento de las clases más privilegiadas respecto a las que lo son menos. No existe un cierre de clase en las sociedades contemporáneas. Lo que existe es un mayor aprovechamiento de las redes que conforman la sociedad civil. La evidencia empírica muestra que mientras que las clases populares mantienen solo intercambios intensivos e informales, las clases medias conforman sus redes además de forma extensiva y formal (Pichler y Wallace, 2009). Esto se traduce en una mayor implicación de los miembros de la clase media en las asociaciones que forman la sociedad civil. Sus relaciones quedan vinculadas a organizaciones políticas (partidos políticos y movimientos sociales) y laborales (sindicales y ocupacionales). Esta dimensión omnívora (formal e informal, intensiva y extensiva) marca la diferencia entre las clases medias que se muestran intensamente voraces en sus intercambios sociales.

EL MERCADO DE FRESAS DE FONTAINES-EN-SOLOGNE

Como hemos visto anteriormente, la teoría neoclásica nos indica que los individuos se dejan guiar por el cálculo utilitario. Ahora bien, dado que, en multitud de ocasiones, no lo hacen, atribuyen sus acciones, por emplear a Pareto, a residuos de tipo social. La pregunta que nos surge, entonces, es clara: ¿pueden establecerse las condiciones para la creación de un mercado basado en la aplicación de un "modelo de concurrencia pura y perfecta"? Establecidos los prerrequisitos para que el mercado funcione, ¿es posible la creación de un, por así decir, individuo neoclásico? Un sujeto que se comportara según la lógica del interés y el cálculo consciente más puro.

La experiencia del mercado de subasta de fresas de Fontaines-en-Sologne reseñada por la socióloga francesa Marie-France García (1986) se dirige precisamente en esta dirección. Es este uno de los mejores estudios (Callon, 2008: 31) y puede considerarse incluso un trabajo clásico que incide entre las relaciones entre la economía como saber normativo y su impacto en la realidad que administra. En esta región del centro de Francia, una serie de productores al alimón con

un político local emprendieron la creación de un mercado de fresas en el que los precios de la oferta y la demanda se establecieran según un modelo de concurrencia puro y perfecto. De lo que se trataba es de reproducir en un modelo abstracto (teórico) en un modelo concreto (especí co). Estamos hablando, por consiguiente, de un "acto performativo": un conjunto de proposiciones destinadas a hacer existir a unos individuos concretos. En este mercado, todo fue previamente concebido para este plan, para llevar a la práctica un claro modelo teórico. Vendedores y compradores no compartían espacios, permanecían separados, entraban por puertas distintas. Las miradas de ambos, en cambio, sí coincidían en una pantalla electrónica que proyectaba el valor de la oferta. Existía la libertad de salir y entrar en el mercado cuando se desease. Asimismo, las fresas habían sido previamente homogeneizadas (García, 1986: 4): envases estandarizados, etiquetas identi cativas, adquisición de unos lotes independientemente de otros y revistas donde se informaba del precio en otros mercados internacionales.

Los principios teóricos del modelo de concurrencia pura y perfecta pudieron llevarse a la práctica porque el modelo tradicional no convencía a aquellos productores locales que poseían las super cies mayores. Ansiaban un nuevo modelo de comercialización que cambiara la correlación de fuerza con los compradores. El consejero de la Cámara de Comercio Regional, que había estudiado agronomía en una escuela superior de Nancy, impulsó su creación tratando de poner en práctica un modelo aprendido de forma abstracta. Fue una auténtico experimento social en el que teoría se hacía completamente real.

En 2016, el aclamado director de cine Steven Sondenberg dio a conocer su participación en la producción de una nueva serie televisiva llamada The Girlfriend Experience. En ella se relataban las vivencias de una escort de lujo en la ciudad del viento, Chicago.The Girlfriend Experience hace referencia a un tipo de servicio que ofrecen algunas chicas y chicos de compañía. Este se caracteriza por ir más allá del mero intercambio sexual (a veces, de hecho, incluso no se da). La serie tuvo una gran difusión tanto en Estados Unidos como en el extranjero. En parte, su éxito se debió a la aproximación que se hace de un tema controvertido: la vinculación del sexo con el dinero. No obstante, no se trataba ya de estimar moralmente si se puede pagar por una relación sexual. Más bien, consistía en comprobar cómo muchos clientes trataban de negar la pura relación económica de

sexo por dinero iniciándose en todo un ritual social alrededor de las citas que contrataban. Lo mismo le sucede a los campesinos argelinos que Bourdieu analizó (1972), que trataban de ocultar con toda clase de rituales la relación de cálculo —a medida que los intercambios económicos se establecían con parientes más cercanos—. Este servicio está destinado a encubrir el desembolso económico gracias a un ritual de corte típicamente romántico.

En su estructura básica, The Girlfriend Experience intenta reproducir fielmente las relaciones románticas e íntimas propias de una pareja común de enamorados ocultando la relación económica que subyace al encuentro (Huff, 2012). En aras del rechazo al intercambio económico, todo un universo de bienes simbólicos va a ser desplegado. Las chicas pueden ser movilizadas para eventos muy variados tanto profesionales como no profesionales. Esto supone no solo acompañar a sus clientes al teatro o de viaje de ocio sino a una reunión corporativa o una conferencia. Se les pide a las chicas que sean cultas, que estén al tanto de la actualidad para poder tener una conversación adecuada. También que tengan don de gentes. Deben ser estilosas en la elección de su perfume y vestuario. A la vez, se les recomienda hacer ejercicio, cuidar la alimentación y no tomar alcohol y drogas. Muchas veces sus clientes pueden tener citas previas con ellas para comprobar su valía. Pero esto no lo es todo. Algo consustancial a la Girlfriend Experience es el absoluto desdén con el tiempo. Solo este garantiza que la experiencia económica se transforme en experiencia romántica. La chica de compañía no debe presionar a su cliente con prisas, de hecho, se le paga para que su acompañante no contemple ningún tipo de urgencias. Deben ser además cariñosas proporcionando todo tipos de besos y caricias de forma gratuita.

LOS NEGOCIOS NUNCA SON LOS NEGOCIOS

Tras la experiencia del mercado de fresas ubicado en Fontaines-en-Sologne, la cuestión que se desprendería de forma natural es esta: ¿existe la posibilidad de ampliar esta experiencia a un marco más extenso? ¿Sería posible, pues, que, a partir de la creación de un “gran mercado”, que los individuos realizaran sus cálculos maximizando sus utilidades a la manera neoclásica? Dicho de otra forma, ¿es posible reducir lo social hasta transformarlo en un residuo casi inexistente? Si el Estado del bienestar se retira de aquellas áreas que previamente han sido desmercantilizadas (sanidad y educación), si la familia y las

comunidades locales siguen erosionándose como consecuencia de la privatización de los espacios compartidos y de la movilidad geográ ca propia del capitalismo avanzado, ¿se generaría nalmente un sujeto individualista cuya aproximación a la realidad sea estratégica en el sentido neoclásico?

Para aclarar esta cuestión retornemos al mercado de fresas de nuevo para contestar si efectivamente los individuos se comportaron de forma óptima. Con una gran precisión en sus descripciones, Marie-France García nos indica lo pronto que se dejaron sentir los efectos sociales tras la puesta a punto del mercado de fresas. Las discusiones entre los miembros de la familia se multiplicaron, la lucha con los agricultores tradicionales se recrudeció y la anciana amistad que unía a productores y compradores se quebró (1986: 11). Se tuvieron que imponer sistemas de vigilancia que no alterasen el movimiento natural de los precios. A veces, no existía un mínimo de cordialidad y las constantes disputas impedían que las empresas llegaran a buen puerto. Dicho de otra forma, la falta de capital social hacía imposible el cálculo estratégico.

De todo esto una lección cabe aprender: todos los procesos económicos generan una dimensión simbólica (Lebaron, 2004). Los intereses materiales generan creencias y estas automáticamente generan redes, en donde nos socializamos y competimos por ocupar un lugar central en ellas (Collins, 2004). Como hemos visto, estas redes están estrati cadas en clases sociales, siendo las más privilegiadas las que obtienen un mayor usufructo en su uso ya que este no solo se limita a redes informales sino formales. Es en este contexto en el que los sujetos extraen el sentido, entendida esta palabra en toda expresión sociológica. La acción racional consciente en un mercado de concurrencia pura y perfecta solo es posible en determinados contextos particulares. Y aun así se generan una serie de problemas de difícil solución.

Esta experiencia nos instruye sobre dos ideas que sería necesario reconsiderar. La primera de ellas nos advierte sobre la noción de incrustación. Los mercados son siempre sociales y como tales en su seno se constituyen interacciones que dan paso a redes. En ellas, se generan aversiones, creencias, valores, normas y expectativas, es decir, se genera material simbólico y emocional. Y es este el que hace que las acciones del sujeto sean difícilmente racionales (Portes, 2013). El campo económico no puede independizarse del campo social del que forma parte. Expresado de una forma más prosaica, se puede decir que los negocios nunca son los negocios, en realidad, siempre son algo más. Incluso en los contextos más formalizados, el mercado crea

patrones de interacción entre los actores implicados. Estas favorecen la acción colectiva, no la limitan, como cabría esperar desde el análisis neoclásico. La segunda idea que se desprende es más bien positiva. No es posible construir una sociedad desincrustada y articulada en torno al mercado por la sencilla razón que las actividades económicas se evaporarían. No será posible idear una futura distopía en la que el *homo* sea exclusivamente un *homo economicus.* Como nos indica Granovetter, las relaciones sociales rebosan las relaciones propiamente mercantiles (2004). De alguna forma, la paradoja de Etzoni se vería así con rmada. A medida que los sujetos se vuelven más racionales son menos aptos para el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

ARISTÓTELES (2001): *Ética a Nicómaco,* Madrid, Alianza. — (2005): *La política*, Madrid, Istmo.

ARRIGHI, G. (1994): *The Long Twentieth Century*, Londres,Verso. BECKER, G. (1976): *The economic approach to human behavior*, Chicago, University Chicago Press. BOURDIEU, P. (1972): *Esquisse d'une théorie de la practique*, Génova, Droz. — (1985): "The Forms of Social Capital", en *Handbook of Theory and Research for the Sociology of*

Education, ed. J. Richardson, Nueva York,Greenwood.

— (2008): "La fábrica del *habitus* económico", *Revista Crítica del Desarrollo*, 2, pp. 15-42. CALLON, M. (2008): "Los mercados y la performatividad de las ciencias económicas", *Apuntes de*

Economía del CEPyP,14, pp.11-48.

CAMPILLO, A. (2001): *Variaciones sobre la vida humana*, Madrid, Akal. CHANG, H.-J. (2004): *Retirar la escalera*, Madrid, Los Libros de la Catarata. — (2015): *Economía para el 99% de la población,* Madrid, Debate. COLEMAN, J. S.; CAMPBELL, E. Q.; HOBSON, C. J.; MCPARTLAND, J.; MOOD, A. M.; WEINFELD, F. D. y YORK, R. L. (1966): *Equality of Educational Opportunity*, Washington, DC, Government Printing Of ce.

COLLINS, R. (2004): *Interaction Ritual Chains*, Princeton y Oxford, Princeton University Press. DAMASIO, A. (2010): *Y el cerebro creó al hombre*, Barcelona, Destino. DE SWAAN, A. (1998): *In Care of the State: Health Care, Education and Welfare in Europe and the USA*

in Modern Era, Oxford, Oxford University Press.

EDWARDS, B. y FOLEY, M. W. (1997): "Social capital and the political economy of our discontent", *The*

American Behavioural Scientist, 40, pp. 669-678.

ETZIONI, A. (2007 [1988]): *La dimensión moral: Hacia una nueva economía*, Madrid, Ediciones Palabra. FRANK, R. (2008): *El economista naturalista*, Barcelona, Península. GARCÍA, M.-F. (1986): "La construction sociale d'une marché parfait: le marché au cadran de Fontaines-en-

Sologne, *Actes à la Recherche en Sciences Sociales*, 65(1), pp. 2-13.

GRANOVETTER, M. (1973): "The Strength of Weak Ties", *American Journal of Sociology*, 78, pp. 1360-1380.

— (1985): "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness", *American Journal*

of Sociology, 91, pp. 481-510.

— (2005): "The Impact of Social Structure on Economic Outcomes", *Journal of Economic Perspectives*, 19, pp. 33-50.

GRANOVETTER, M. *et al.* (2004): "Polanyi Symposium: A Conversation on Embeddedness", *Socio-*

Economic Review, 2, pp. 109-135.

HARFORD, T. (2007): *El economista camu ado*, Madrid, Temas de Hoy. HIRSCH, P.; MICHAELS, S. y FRIEDMAN, R. (1987): "'Dirty hands' *versus* 'clean model': Is sociology in danger of being seduced by economics?", *Theory and Society*, 16(3), pp. 316-336.

HUFF, A. D. (2011): "Buying the Girlf riend Experience: An exploration of the Consumption Experiences of Male Customers of Escorts, *Research in Consumer Behavior*, 13, pp. 111-126.

HUSSERL, E. (2005): *Meditaciones cartesianas,* 15/09/12, México, FCE. KAHL, S. (2005): "The Religious Roots of Modern Poverty Policy: Catholic, Lutheran and Reformed Protestant, *European Sociological Review*, 46(1), pp. 91-126.

LAHERA, A. (1999): "La crítica de la economía de Karl Polanyi: el análisis institucional como pensamiento para la acción", *REIS*, 86, pp. 27-54.

LEBARON, F. (2004): "La sociología de Pierre Bourdieu frente a las ciencias económicas", en L. E

Alonso *et al* (eds.), *Las herramientas del sociólogo*, Madrid, Fundamentos.

LEVITT S. D. y DUBNER, S. J. (2007): *Freakonomics*, Barcelona, Zeta Bolsillo. LUKES, S. (2006): *El poder: un enfoque radical*, Madrid, Siglo XXI. MANOW, P. (2002): "The good, the bad and the ugly", *Kölner Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 54(2), pp.

203-225.

MARTÍNEZ, J. S (2004): "Tipos de elección racional", *Revista Internacional de Sociología*, 37, pp. 139-173.

MEMBIELLA, M. (2013): *Capital social. Glosario*, La Coruña, Camiño du Faro. MOSTERÍN, J. (2011): *Aristóteles*, Madrid, Alianza. PICHLER, F. y WALLACE, C. (2009): "Social Capital and Social Class in Europe: The Role of Social Networks in Social Starti cation", *European Sociological Review*, 25(3), pp. 319-332.

PIERSON, P. (2000): "Increasing Returns, Path Dependence, and the Study of Politics", *The Americam*

Political Science Review, 94(2), pp. 251-267.

POLANYI, K. (1989): *La gran transformación*, Madrid, La Piqueta. — (2009): *El sustento del*

hombre, Madrid, Capitán Swing. PORTES, A. (2014): *Sociología económica. Una revisión sistemática*, Madrid, CIS. RIZZOLATTI, G. y CORRADO, S. (2008): *Las neuronas espejo: Los mecanismos de la empatía emocional*, Barcelona, Paidós, ROBBINS, L. (1944): *Ensayo sobre la naturaleza y signi cación de la ciencia económica*, México, FCE. SANCHEZ, P. (2006): "La banca islámica, situación actual y retos", *Revista de la SEECI*, 13, pp. 52-67. SEWELL, W. (1996): "Three Temporalities: Towards an Eventful Sociology", en T. McDonald (ed.), *The Historic Turn in Human Sciences*, The University of Michigan Press, Ann Arbor.

SIMON, H. A.; EGIDI, M.; MARRIS, R. y VIALE, R. (eds.) (1992): *Economics, bounded rationality and the cognitive revolution*, Cheltenham (UK), Paperback.

SOMERS, M. R. (2005): "Let them eat social capital: socializing the market versus marketizing the social", *Thesis Eleven*, 81, pp. 5-19.

STIGLER, G. y BECKER, G. (1977): "De Gustibus Non Est Disputandum", *The American Economic Review*, 67, pp. 76-90.

WEBER, M. (1984): *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*, Madrid, FCE.

CAPÍTULO 6

COLONIZACIÓN POLÍTICA DE LOS IMAGINARIOS DEL TRABAJO: LA INVENCIÓN PARADÓJICA DEL 'EMPRENDEDOR'

AMPARO SERRANO PASCUAL

INTRODUCCIÓN

Asistimos, en el momento actual, a una importante transformación de los modos como pensamos y problematizamos los vínculos sociales y, de modo particular, en el papel que el trabajo y su institucionalización están jugando como fundamento de cohesión social así como de inclusión y participación ciudadana. Las transformaciones operadas en la regulación del empleo corren parejas con un proceso de rede nición del signi cado del trabajo como categoría central del ordenamiento social. La hegemonía discursiva y política alcanzada por el paradigma del emprendimiento constituye uno de sus exponentes más mani estos. Esta soberanía discursiva ha tenido su re ejo innegable en las políticas de empleo. El objetivo de esta contribución es plantear algunas re exiones acerca de las implicaciones normativas de estos cambios en los modos de pensar y problematizar el desempleo.

Nuestro acercamiento a las políticas de empleo va dirigido a analizar la intervención de estas no tanto en la lucha contra el desempleo, sino en la batalla por nombrarlo, por reconceptualizar y resigni car el empleo y su carencia. En este sentido, nuestro enfoque se dirige a analizar la participación de las políticas de empleo en la producción de culturas laborales. El argumento central que se mantiene en estas líneas es que las políticas de empleo están contribuyendo a promover un nuevo *sentido común* acerca del trabajo (esto es, presunciones acerca de qué signi ca el trabajo, quién es responsable de la vulnerabilidad laboral y cuáles son los principios morales que de nen al “buen” trabajador) y, por tanto, a impulsar la adopción, por parte del trabajador, de nuevas subjetividades. Una cuestión clave de estos nuevos modos de nombrar el empleo es el uso paradójico de nociones —como activación, exiguridad o emprendimiento— que apelan a la autonomía, libertad e independencia, y que actúan, sin embargo, como mecanismos de subordinación, sujeción y autodisciplinamiento.

El punto de partida de este trabajo es la constatación de las paradojas que caracterizan, de forma creciente, el dominio de las políticas sociales y de empleo. El carácter cada vez más frágil e incontrolado de las trayectorias profesionales de los trabajadores coincide con un proceso paulatino de psicologización política del

trabajo (Crespo y Serrano Pascual, 2011). En el seno de este proceso, la evolución de las políticas de empleo, cuyo breve recorrido será objeto del primer apartado, se caracteriza por un progresivo énfasis en reformar las mentalidades, el espíritu personal, la capacidad de acción individual, esto es, en la responsabilidad individual. Estas paradojas no son, sin embargo, objeto de con ictos políticos por el trabajo semántico operado por las políticas de empleo. Para reconstruir el sentido de estos desarrollos genealógicos y de sus efectos performativos, es necesario examinar, como parte de este ejercicio semántico, el deslizamiento sutil de sentido, de carácter metonímico, que se está produciendo en los marcos explicativos del desempleo y en las nociones clave que articulan los paradigmas de intervención social en el seno de la UE. Analizaremos brevemente los cambios operados en las formas convencionales *(doxas)* de nombrar la vulnerabilidad y, más concretamente, el tránsito de un referencial político a una perspectiva despolitizadora en donde la economía (naturalización del trabajo) y la psicología (responsabilización individual) convergen.

En segundo lugar, nos dirigiremos a analizar la (de/re)construcción social operada por parte de las más recientes políticas de empleo de la imagen referencial del sujeto trabajador (apartado 2). Más particularmente, nos centraremos en el caso de los dispositivos puestos en marcha para favorecer la inserción laboral de los jóvenes españoles tras la crisis económica, colectivo particularmente afectado por ella y la contribución de estos dispositivos en la producción de una nueva categoría de trabajador. Se trataría de re exionar acerca de la construcción paradójica del desempleo juvenil (o la invención social del joven desa liado), operada por las recientes políticas de empleo en un contexto de crisis profunda del mercado de trabajo: pueden ser considerados tanto una amenaza como "el porvenir del país". Esto se ve re ejado en la tensión discursiva de estos imaginarios de las políticas de empleo entre dos categorías referenciales: el joven emprendedor, por un lado, y los *ninis* (jóvenes que no estudian ni trabajan), por otro. Los *ninis*, colectivo sin "propiedades", construido como un grupo desocializado, desinteresado por la inserción, han alarmado de forma profunda a la sociedad. En el otro extremo (su *alter ego*) discursivo, otra categoría social ha emergido: la del joven "emprendedor", motivado, valiente, que no se apoya en los "privilegios" de la condición asalariada; representación mítica y gura referencial que forja un nuevo ideal de subjetividad. A partir del 2012, la categoría referencial en boga del "héroe emprendedor" va a colarse de forma insistente en la publicidad, en las pantallas de nuestros televisores[7] y ordenadores, en la educación, en las políticas públicas. Con la glori cación de esta gura (Santos Ortega, 2014), se pone el

énfasis en una serie de valores morales hacia los que tendrían que dirigirse nuestras sociedades, un modelo de comportamiento a seguir. El emprendedor sería construido como el propietario heroico de uno mismo. Este “trabajo del imaginario” se dirige hacia un proyecto de ingeniería del yo, que hace desaparecer de la mirada las relaciones políticas, la asimetría de poder, el con icto y la vulnerabilidad.

El marco analítico con el que se desarrolla esta argumentación pone el acento en el papel de la paradoja (Crespo Suárez y Serrano Pascual, 2011), que consiste, sin que aparezca explícitamente de esta manera, en emplear una palabra en un sentido o contexto (punto de vista) contrario o diferente a su sentido original. Se trata de una demanda que se contradice a sí misma. La paradoja en los dispositivos de empleo contemporáneos consiste en la apelación a la autonomía para subordinar, al progreso para promover vul -nerabilidad, a la libertad para someter. Las paradojas de las transiciones socioprofesionales de los jóvenes son manifestación de contradicciones políticas y sociales y de las consecuencias sociales de estos modos de construir el empleo juvenil (psicologización y despolitización del trabajo). Nociones clave como la autonomía, libertad, empoderamiento, que permitieron problematizar el antiguo régimen político y politizar el riesgo, están siendo colonizadas por acepciones contrarias a este sentido político. En este trabajo de ocupación de nuestros imaginarios culturales, participan un creciente economicisimo (y empresarización de la vida) junto a la acentuación de una individualización psicologicista [8]. Induce un proceso de intensi cación de la dominación social bajo la bandera de la emancipación moral (Honneth, 1989). Un exponente claro de este proceso es la extensión autoritaria del referencial economicista del emprendimiento.

RECONSTRUCCIÓN GENEALÓGICA DE LAS POLÍTICAS EUROPEAS PARA LUCHAR CONTRA EL DESEMPLEO

POLÍTICAS DE EMPLEO Y POLÍTICAS DE CÓMO NOMBRAR EL EMPLEO

Las políticas de empleo se apoyan en imaginarios culturales, pero también participan en su construcción (o deconstrucción). Por ello, los

programas de empleo se conforman, en gran medida, como políticas culturales. Delimitan el espacio de signi cati vidad de lo que se construye como problemático (la vulnerabilidad, en unos casos; la dependencia, en otros), conforman una distribución de las responsabilidades frente a este problema entre los diversos actores sociales (mercado, individuo, Estado, familia) y contribuyen a producir objetos categoriales (y, con estos, los modos de pensarse como trabajadores).

Las políticas de empleo dirigidas a jóvenes producen los sujetos del trabajo (normas de comportamiento y guías de acción), esto es, subjetividades generacionales y reformulan categorías culturales vinculadas con el trabajo. Constituyen una importante esfera de producción de racionalidades políticas, entendidas estas como modos de pensamiento incorporados a los discursos políticos con los que se problematizan la conducta individual e institucional y las soluciones propuestas para combatir estos problemas que se están formulando (Merlingen, 2006: 184).

Las políticas de empleo (el empleo como objeto de una política) surgen ante la problematización del (mercado de) trabajo. Sin embargo, estas políticas intervienen no solo ante cuestiones que se problematizan (dirigidas a resolver contradicciones), sino que, a su vez, contribuyen a su problematización. Estas políticas se organizan en torno a sistemas conceptuales y categoriales que, al mismo tiempo que nombran la vulnerabilidad, participan activamente en el signi cado de esta. Un análisis genealógico de su evolución demuestra cómo la vulnerabilidad adquiere históricamente nuevos signi cados en función de un determinado régimen discursivo (Cabrera, 2001: 59). La socialización del trabajo, esto es, la posibilidad de nombrar el trabajo con un marco basado en el colectivismo y la solidaridad (protección social, derecho del trabajo, riesgos laborales, etc.) tuvo su origen en las contradicciones semánticas (y en la incorporación de este lenguaje en el léxico sindical o de otros movimientos sociales) inducidas por el avance de la industrialización. Con la extensión de la industrialización, el trabajo se convirtió en un valor referencial, contraponiéndose, de esta forma, los principios propios de un orden social emergente (libertad, igualdad y autonomía) con las condiciones particulares de ejercicio del trabajo en un mercado libre, caracterizadas por la subordinación, deshumanización y heteronomía (Donzelot, 1994). La aplicación de categorías como derechos, libertad y sociedad en la explicación de estas condiciones laborales (Cabrera, 2001) facilitó su problematización. Al problematizarse el mercado, el empleo dejó de ser una mera mercancía para transformarse en empleo regulado (núcleo de la cuestión social). Esta colectivización del riesgo

ha permitido visibilizar la vulnerabilidad y heteronomía que caracterizan al empleo asalariado, el con icto inmanente a las relaciones industriales y la cuestión de la interdependencia como condición posibilitadora de ejercicio de la soberanía.

Frente a este referencial colectivista, las instituciones europeas, con un importante potencial regulador basado en la capacidad de imponer una *doxa* respecto al problema de desempleo, y de problematizar la cuestión social, han contribuido a la difusión de nociones como empleabilidad, activación, exiguridad y, la más reciente, de emprendimiento. Estas nociones acaban por convertirse en eje nuclear del discurso político, y en muchos casos, también cientí co, tanto europeo como nacional [9]. Las acepciones hegemónicas y la evolución de estas nociones vagas y polisémicas dependen de un juego de fuerzas entre los actores de un determinado país (regímenes de empleo, Prieto, 2014)[10].

LA REGULACIÓN EUROPEA DE LOS MODOS DE NOMBRAR EL DESEMPLEO: DE LA METÁFORA DE LA EMPRESA A LA METONIMIA DEL EMPRENDEDOR

Las instituciones europeas están jugando un papel central en la conformación de los modos de nombrar el desempleo. Ofrecen un cuerpo coherente de categorías desde las cuales los poderes públicos conceptualizan el problema y elaboran prácticas de intervención. De particular importancia son aquellos sistemas de signi cados difundidos por estas instituciones desde la puesta en marcha de la estrategia europea para el empleo en el proceso de Luxemburgo, en el año 1997. Esta estrategia ha sido una de las más importantes apuestas de las instituciones europeas para la coordinación e intervención supranacional en la lucha contra el desempleo y la exclusión social.

En el caso de la intervención en la transición profesional de los jóvenes, la estrategia europea se ha articulado en torno a tres principios:(1) ocupabilidad (empleabilidad); (2) adaptabilidad (activación y exiguridad), y (3) emprendimiento. El análisis de la evolución de estos paradigmas de intervención en los últimos veinte años permite concluir que más que la invención de nuevas categorías o conceptos, el discurso europeo evoluciona interactuando con un sistema categorial preexistente[11]. El marco “adecuacio -

nista" de discusión del desempleo (desajuste entre la oferta y demanda de mano de obra 12), que predominaba hasta los años ochenta del siglo pasado, fue desplazado, en los años noventa, hacia la cuestión de la ocupabilidad (*empleabilidad* de los demandantes de empleo), para, posteriormente a principios de este siglo, deslizarse metonímicamente hacia la adaptabilidad (*activación* y *exiguridad*) y acabar, más recientemente, en el discurso del *emprendimiento* . Este desplazamiento semántico con el que hemos pensado y discutido el desempleo tiene importantes consecuencias políticas. Una de las características que comparten estas nociones difundidas por las instituciones europeas durante los últimos veinte años es el énfasis prestado en el gobierno de las voluntades que coincide con una tendencia ideológica presente en diversos ámbitos a hacer de la dependencia una patología de la voluntad.

El discurso de la empleabilidad (1), que se extendió a nales de los años noventa, ha implicado un cambio de perspectiva por parte de la intervención pública (Gautié, 2002), y una deconstrucción del marco político13 con el cual se ha nombrado el paro (desempleo) y el empleo en las sociedades industriales. Se ha pasado así de un marco colectivo a una perspectiva individualizante 14. El problema de desempleo se de niría, en este caso, como la falta de adaptación (ocupabilidad) de las competencias del trabajador a las nuevas demandas del sistema económico. No se reclaman solo competencias técnicas sino también procedimentales (gestión del proyecto de inserción) y éticas (actitud hacia el trabajo). La demanda de ocupabilidad ha implicado movilizar la subjetividad de los parados, las disposiciones, los compromisos y la gestión de sí al servicio de nuevas demandas económicas. La empleabilidad implica un cambio de paradigma: el paso de un análisis de los procesos a focalizarse sobre el comportamiento de las personas y de sus actitudes. Supone la extensión de unas nuevas "reglas en la carrera profesional" que facilita la comprensión de las di cultades profesionales como carencias en el trabajo de gestión y márketing del yo.

Este discurso de la empleabilidad se desliza metonímicamente, sobre todo a partir del 2005, hacia el paradigma de la activación: la mejor política social es el empleo. La noción de empleabilidad, que al comienzo del discurso europeo presentaba un carácter polisémico (carencia de competencias técnicas, procedimentales o éticas), lo que permitía que cada país miembro adoptara aquella acepción más próxima a su situación y tradición concreta, va a desplazar su sentido hacia la segunda acepción, produciéndose así un nuevo concepto: la activación (2). Tras este paradigma de intervención, emerge como cuestión central la norma de reciprocidad y la cuestión del

merecimiento del desempleado (interpelación del estatus moral del desempleado). Los aspirantes a trabajadores se verán sometidos a un proceso de rendición de cuentas que permita hacer explícita la actitud colaborativa del desempleado. Para ello, se movilizan tecnologías múltiples como son el contrato de inserción que los desempleados deben rmar con los servicios públicos de empleo o la regulación estricta de los criterios de legitimidad del rechazo de una oferta de trabajo por parte de los servicios públicos de emple015. Estos planteamientos reformulan tanto el signi cado del empleo como de la protección social. El empleo pasa a ser un valor en sí mismo, independientemente de su calidad (el objetivo prioritario pasa a ser el incrementar las tasas de actividad). La protección social deja de concebirse (y discutirse) como una institucionalización de los derechos sociales para pasar a entenderse en términos de (des)incentivo para el empleo. Por ello, este paradigma se ha traducido en el endurecimiento de las condiciones de acceso a las políticas de garantía de rentas y de protección social (reformulación de la cuantía y duración de las prestaciones sociales, endurecimiento del régimen de infracciones y sanciones, introducción de requisitos que condicionan el acceso a las prestaciones, inclusión de fórmulas mixtas que permiten compatibilizar la prestación y el empleo (Arriba González, 2013).

La mirada sobre lo que es problemático deja de dirigirse al mercado para pasar a orientarse hacia el individuo. El lenguaje de los derechos — articulado en torno a la garantía de seguridad social considerada como una responsabilidad colectiva— es reemplazado por el de las voluntades (ética de la responsabilidad). Los instrumentos sociales que permitían asegurar la participación y responsabilización del empleador frente a la vulnerabilidad del trabajador (derecho social, cotizaciones sociales, etc.) van a verse cuestionados desde diversos frentes (desregulación del trabajo, reducción de las cotizaciones sociales para el empleo de determinados colectivos, etc). Esta perspectiva adopta un desarrollo paradójico: los con ictos y dé cits sociales (disfuncionamientos del mercado; exclusión de determinados colectivos del mercado de trabajo) pasan a ser entendidos como problemas y ambivalencias personales (trampas psicológicas) y morales (la obligación moral de autorregulación). El problema dejaría de ser la injusticia, para pasar a ser la manera de mirar y de orientarse hacia la injusticia.

Este cambio epistémico no permite visibilizar la interdependencia entre los miembros de una colectividad (y, por tanto, la vulnerabilidad y heteronomía frente al mercado y la naturaleza con ictiva de la relación salarial) y sí, en cambio, la responsabilidad individual. El problema central pasa a ser la dependencia del Estado, la familia, las

instituciones o las protecciones sociales más que del mercado. A tenor de esta concepción de la dependencia, entendida como una patología de la voluntad y convertida en problema público, numerosas técnicas de intervención son adoptadas con el n de prevenir esta dependencia adictiva y fomentar el gobierno del yo, poniéndose así el acento sobre las funciones terapéuticas del Estado social (reforzar la estima de sí mismo, facilitar el autoanálisis, optimizar las competencias personales)16. De forma paradójica, la dependencia (o, más bien, la interdependencia) que resulta de la pertenencia a colectividades como el Estado o la sociedad es condenada, mientras que se promueve y, de este modo, se invisibiliza, la dependencia del mercado (que es comprendido en este caso como "independencia"). Se induce un cambio en las representaciones epistémicas de la cuestión social, transformándose la atribución de las responsabilidades y, con esta, reformulándose las cuestiones susceptibles de ser problematizadas.

Por tanto, esta noción (3) re eja un proceso de individualización creciente en los modos de pensar el funcionamiento del mercado de trabajo. Esta orientación dirigida a favorecer un trabajo sobre sí mismo va a radicalizarse en la segunda mitad del primer decenio de este siglo con la difusión de una nueva categoría en la jerga europea, la exiguridad. Este oxímoron mezcla dos nociones como la exibilidad y seguridad, y con estas, de forma paralela, dos marcos opuestos de regulación del trabajo. Estas nociones híbridas efectúan un trabajo discursivo importante. En donde había una única concepción, las instituciones producen un desdoblamiento de sentido. Apropiándose subversivamente de una noción como la de seguridad, potencialmente opuesta a la de exibilidad, e integrándola en su propio discurso (acerca de la exibilidad), la vuelven bivocal, y atribuyen otra orientación semántica a la noción de exibilidad. Como resultado de este trabajo semántico se genera una forma alternativa de entender la seguridad: el autoaseguramiento. Reclama, por tanto, la reformulación del derecho del trabajo, de la protección social, del Estado social y sus instituciones y del trabajador de modo que favorezca su adaptación a las demandas del sistema económico. A pesar de su ambigüedad y antagonismo conceptual 17, esta noción está en el origen de un importante debate acerca de la necesidad de cambiar el modo de gestionar el trabajo, y reenvía nalmente al deber moral del trabajador de participar en la autorregulación de su propia vida. Esta noción naturaliza la necesidad de una organización exible de los modos de vida. Las manifestaciones de esta autonomía se convierten en expresión de la calidad de una personalidad que debe forjarse, de un trabajo exitoso sobre sí mismo. Veamos estas evoluciones en el contexto español, centrándonos en las recientes políticas dirigidas a

combatir el desempleo juvenil tras la crisis económica.

POLÍTICAS DE PRODUCCIÓN DE SUJETOS: JÓVENES 'SIN ATRIBUTOS' (NINIS) Y JÓVENES EMPRENDEDORES

Una de las iniciativas más importantes implementadas en España para hacer frente al desempleo juvenil tras la crisis económica es la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven (Real Decreto-ley 4/2013), uno de cuyos programas más importantes es el de Garantía Juvenil, que cuenta con el apoyo nanciero del Fondo Social Europeo. En función de distintos per les de jóvenes (sin formación, sin cuali cación, con formación pero sin experiencia, bene ciarios de prestaciones y el conjunto de jóvenes), estas medidas se orientan hacia tres frentes fundamentalmente: promoción del emprendimiento (apoyo al autoempleo, promoción de una cultura emprendedora, etc.), incentivos a la contratación de este colectivo (boni caciones o reducciones las cuotas de seguridad social) y provisión de guras contractuales especí cas (intervención en el régimen jurídico que regula los contratos en prácticas, de aprendizaje y de formación 18).

Estas políticas de empleo dirigidas a los jóvenes tienen como horizonte implícito dos categorías antitéticas con las que se representa a la juventud (juventud como sujeto/objeto de socialización; problema/mito; estado/estadio; objeto de regulación social/sujeto de cambio social; problema/porvenir; amenaza/esperanza; negación de futuro/símbolo de porvenir). Apoyándose en esta construcción dicotomizada y contradictoria de la juventud, observamos una doble tendencia en la orientación de las políticas de empleo: en primer lugar, la producción de un espacio profesional de transición (limbo) social dirigido a los jóvenes, caracterizado por la distancia al trabajo remunerado regulado; en segundo lugar, la invención de una nueva categoría de trabajador: el emprendedor.

LOS JÓVENES 'SIN ATRIBUTOS' Y LA PRODUCCIÓN DE UN ESPACIO DE TRANSICIÓN SOCIAL

Asistimos, por un lado, a un proceso de *invención social* de un nuevo objeto epistemológico y categoría estadística, los *ninis* (jóvenes que no

estudian ni trabajan). Esta categoría, con signi cados muy distintos según el país, pero que comparten una noción de citaria de la juventud, aparece, tanto en los medios de comunicación como en las políticas de intervención, como representación emblemática de una nueva problemática social [19]: la desocialización. A pesar de la obviedad epistémica bajo la que se presenta esta categoría social, que ha pasado a ser objeto de codi cación estadística, su delimitación no es obvia[20].

Este colectivo de *ninis* es de nido en función de aquello de lo que carecen (el empleo y la formación). La construcción alarmante y estereotipada de los *ninis* evoca el recelo con el que se experimentaba en los años ochenta el supuesto distanciamiento de la juventud del *ethos* del trabajo, tras las di cultades ante las que se enfrentaban en su inserción al mundo de trabajo. Los *ninis* se han convertido en un grupo "sin atributos", produciendo una gran alarma mediática a pesar de las bases cuestionables bajo las que se ha construido este grupo social. Se asocia habitualmente a este grupo con comportamientos evasivos (rechazo de los medios de integración social) y actitudes de apatía [21], haciéndose pasar como falta de valores la ausencia de recursos para acceder a la sociedad adulta.

El programa de Garantía Juvenil debe su origen en gran medida a la relevancia social que se ha otorgado progresivamente a este colectivo de jóvenes *ninis* (Eurofound, 2012). De este modo, apoyado en un discurso que visibilizaba la exclusión social de este colectivo, se proponen una serie de medidas, que apelando a la búsqueda de empleabilidad, facilitan la extensión de guras contractuales "atípicas" y proponen vías alternativas para la inserción laboral de los jóvenes (prácticas no laborales en empresas, adaptación de algunas de las formulas que ya existían como son el contrato a tiempo parcial, del contrato temporal por razones de coyuntura y del contrato en prácticas, o el contrato temporal de "primer empleo joven"). De ahí que los pilares más importantes de la Estrategia de Emprendimiento y Empleo joven hayan sido, por un lado, hacer más atractiva la contratación de estos colectivos (contratación de jóvenes descuali cados o conversión de contratos temporales a contratos inde nidos) a través de incentivos y boni caciones scales y, por otro, la producción de fórmulas híbridas e intermedias entre el empleo, la formación y el desempleo —intervención en la legislación laboral, y más especí camente, en el régimen jurídico que regula el contrato en prácticas, el contrato para la formación y el aprendizaje—. De este modo, se retoma la política de boni cación como medida de estímulo para la contratación de determinados colectivos a pesar de la dudosa e cacia de estas medidas, tal y como se ha puesto de mani esto en diversos

estudios (Rodríguez-Piñero, Bravo Ferrer, Valdés Dal-Ré y Casas Baamonde, 2014; Pastor, 2015; Rodríguez-Soler y Verd, 2015). A su vez, esta orientación puede estar favoreciendo la precarización de las modalidades contractuales dirigidas a jóvenes22, bajo el axioma de que es mejor un trabajo, independientemente de sus condiciones, que no trabajar. De este modo, apoyado en una visión de citaria de la juventud, se ha construido un espacio diversi cado y fragmentado de inserción, caracterizado por la atipicidad y la desestandarización del empleo. Se trata de modalidades muy diversas que comparten el hecho de que su normalidad viene de nida por su atipicidad (el distanciamiento a la norma de empleo).

LOS JÓVENES EMPRENDEDORES Y LA REFORMULACIÓN DE LA NORMA ASALARIADA

Junto a esta concepción de citaria de la juventud, y de forma paradójica, vemos aparecer un segundo tipo de políticas basadas en una representación miti cada de la juventud como valor referencial y modelo cultural. Este es el caso con la reciente apelación a la noción de emprendedor como categoría de nitoria del (nuevo) “buen trabajador” y modelo colectivo de comportamiento, impulsores privilegiados de proyectos del presente. En este marco, un segundo eje central en la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven así como en el programa de Garantía Juvenil es su paquete de medidas de apoyo a emprendedores (apoyo al autoempleo, fomento de la cultura emprendedora, apoyo administrativo para la creación de empresas, posibilidad de capitalizar la prestación por desempleo para iniciar una nueva actividad) 23.

La categoría de emprendedor cubriría el espacio semántico ocupado por la noción de juventud. El emprendedor no sería sino una representación hiperbólica de la juventud: movilidad, desapego por el pasado, proyecto. La emprendeduría sería así una cualidad singular, que sitúa al sujeto que la detenta en modelo de comportamiento, no solo para los jóvenes sino para la sociedad en general. Activando una representación de la juventud como metáfora del futuro y sujeto de cambio social y de progreso, esta noción asume la necesidad de reformular las nociones convencionales de empleo y de solidaridad. La salida a la crisis es presentada como la superación del imaginario del trabajo asalariado24, de concepciones previas acerca de cómo regular el empleo y como punto de in exión en la reconstitución de las

subjetividades en torno al trabajo. Esta gura condensa la representación mítica de una nueva sociedad, en donde el empleado sería una categoría obsoleta, un cambio en el modelo de referencia del trabajador.

El emprendedor buscaría justamente liberarse de la dependencia de la autoridad del Estado, del empleador o de la familia. La libertad y autonomía es reinterpretada y traducida en clave moral. Dada esta de nición del problema, la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven moviliza tres tipos de orientaciones fundamentalmente. En primer lugar, el fomento de la cultura emprendedora y de medidas de orientación —o cinas de referencia —, con el objetivo de intervenir en las mentalidades (en las "miradas") y en los mecanismos de autorregulación (promover la autocon anza, asertividad, autonomía, gusto por la innovación, aprendizaje permanente, transmisión de valores como riesgo, cambio, superación, sospecha ante el abatimiento). En segundo lugar, se promueven intervenciones legislativas y boni caciones scales (boni cación al inicio de una actividad emprendedora —Tarifa plana para autónomos—, iniciativas paliativas contra el fracaso inicial —Segunda oportunidad para emprendedores—, etc.). En tercer lugar, se reformula la categoría de desempleo (INEMprendimiento: capitalización de la prestación por desempleo para comenzar una actividad emprendedora; compatibilización de la prestación por desempleo y el inicio de una actividad emprendedora).

Con estos planteamientos, el combate al desempleo se convierte en una lucha contra la aversión al riesgo. Esta nueva categoría referencial apela a la necesaria invención del propio yo (Stevens, 2013). Representa una nueva "mentalidad", una manera alternativa de pensar y actuar frente al trabajo, encaminada a promover la gestión individual del riesgo[25]. Esta cualidad psicosocial pone el énfasis en la necesidad de superar anteriores concepciones del trabajo (fundadas en el empleo asalariado) y fomentar la autonomía psicológica del (aspirante a) trabajador.

La cuestión del emprendimiento plantea, de este modo, la necesidad de reformular el sujeto referencial de nuestras sociedades: no se trataría ya de empleado sino de emprendedor (y el desempleado, pasa a ser INEMpren -dedor). Por ello, tras la crisis económica, junto a estas medidas dirigidas a los jóvenes, estamos asistiendo, desde diversos frentes (en el sistema educativo, en el ordenamiento laboral, en los medios de comunicación[26], etc.) a una importante demanda de reformulación de la *doxa* acerca del trabajo, una nueva fundamentación de los pilares de un universo moral. Se trata de un discurso

prescriptivo en donde se usan imperativos gramaticales y juicios normativos, con los que se idealiza la gura del emprendedor.

Los rasgos que caracterizarían esta gura podrían resumirse del modo siguiente:

a. Radicalización de la centralidad del trabajo, del principio de rentabilidad económica y del principio de logro. El mercado se convierte en axioma y la adaptación en ley.

b. Cambio en la concepción moral del empresario. Frente a la representación del empresario como portador de recursos políticos que pueden amenazar al trabajador, el emprendedor es un sujeto que, con su actitud, salva a la colectividad. La gura referencial no sería el empresario que compra fuerza de trabajo en el mercado, sino el va liente emprendedor cuya creatividad e inteligencia activa a la sociedad. Esta mitología del emprendimiento explica que el empresario deje de actuar como símbolo de dominación y "fragilización política" para conformarse en modelo de acción (Ehrenberg, 1998).

c. Individualización de los marcos interpretativos de intervención. Se trata de sujetos que confían en sí mismos para resolver sus problemas, sin reclamar que nadie más se los resuelva. La intervención consistiría en una ingeniería sobre sí mismo, en la venta de los propios talentos, en la adecuada gestión de la empresa en la que se ha convertido la propia vida (Laval y Dardot, 2013). Se neutralizan así los con ictos y antagonismos, ya que el problema pasa a ubicarse en uno mismo. Nociones previas (explotación, protección, etc.) son resigni cadas y reemplazadas por otras nuevas: resiliencia, emprendeduría, activación, exibilidad, *etc.* La búsqueda de respuestas a las situaciones de vulnerabilidad se dirige no al contexto social ni a las instituciones sociales sino a la exploración del interior de uno mismo. Numerosos autores (Pereira, 2010; Mazzucato, 2013; Santos Ortega, 2014) cuestionan, sin embargo, que el emprendimiento sea una cuestión vinculada a las mentalidades, voluntades o talentos, e inciden en reformular la noción de emprendimiento y en entenderla como una cuestión colectiva que pone en juego la capacidad de una sociedad para ofrecer instrumentos capacitadores con los que llevar a cabo singulares proyectos[27].

CONCLUSIONES

Una dimensión importante de la intervención política frente a la crisis está consistiendo en la intervención en las culturas y *doxas* del trabajo. Un constante asedio político de los imaginarios del trabajo, particularmente notorio tras/con la crisis económica (y favorecido por un marco referencial previo), está contribuyendo a la reformulación del sujeto referencial del trabajo, uno de cuyos exponentes más importantes es el desplazamiento retórico (y político) del empleado al emprendedor y del desempleado al INEMprendedor. Este deslizamiento en los modos de nombrar la cuestión social, cuya genealogía semántica —empleabilidad, activación, exiguridad — ha sido objeto de exploración en este texto, es exponente de un proceso de intensi cación de la despolitización e individualización del trabajo y del secuestro de las categorías de pensamiento y acción con las que se ha pensado, discutido e intervenido frente a la vulnerabilidad social. Estas cuestiones han sido discutidas a partir del ejemplo de las recientes intervenciones dirigidas a los jóvenes desempleados en España (programa de Garantía Juvenil y Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven). Las concepciones dicotómicas y contradictorias que las políticas de empleo asumen (y producen) acerca de los jóvenes no son sino exponente de las paradojas que caracterizan a estas propuestas y que convierten problemas políticos en dé cits actitudinales. Estas mutaciones en las *semánticas de lo social* han inducido una importante reformulación de los principios éticos que fundamentan al Estado social.

Las políticas de empleo están contribuyendo a la reformulación del signi cado (y problematización) del empleo y de la categoría de trabajador. Las intervenciones sociales dejan de orientarse hacia la categoría de la vulnerabilidad (resultado de la dependencia del mercado) para hacer de la dependencia (de la familia —construcción social de los *ninis*—, del Estado social o del empleador —construcción social del nuevo "buen trabajador": el emprendedor—) su principal vector de intervención. Este proceso de reformulación de las categorías de intervención corre parejo con un cuestionamiento progresivo de la responsabilidad del empleador frente a la vulnerabilidad (reducción de las cotizaciones sociales pagadas por el empleador; puesta en cuestión de los mecanismos de protección del trabajo; reformulación de la responsabilidad del empresario en la vulnerabilidad social) y con un creciente énfasis en la responsabilidad individual (la gestión rentable, e caz y productiva del propio yo). Estas intervenciones con uyen en hacer desaparecer el con icto del ámbito de lo decible y, por tanto, problematizable, y en la invisibilización de las profundas desigualdades sobre las que se asienta el mundo del

trabajo.

En este proceso de reformulación de los modos como nos pensamos y problematizamos como trabajadores, ha jugado un papel fundamental no solo la centralidad que ocupa la metáfora de la empresa (y, con esta, sus presunciones y *ethos*) en nuestros imaginarios acerca del trabajo, sino también el tándem que este discurso economicista naturalizante ha conformado, bajo una operación metonímica, con un referencial psicologicista individualizador, articulado en torno a la responsabilidad individual. De este modo, la propia conciencia y subjetividad del trabajador pasan a convertirse en las más importantes instancias de operación del poder empresarial.

Aunque la extensión de una razón productivista ha estado presente desde la instauración de las sociedades industriales, el momento actual se caracteriza por la naturaleza paradójica que adoptan estas racionalidades economicistas. A través de un e caz trabajo semántico, hemos sido desplazados de un marco interpretativo social y político a otro psicológico e individualizante. La apelación a la autonomía y a la libertad se convierte así en un importante recurso retórico con el que se están reformulando aquellas condiciones institucionales y políticas (derecho del trabajo, protección social, espacios de desmercantilización, etc.) que, justamente, posibilitaron, en las sociedades industriales el ejercicio de dicha autonomía. Estos procesos de normativización de la subjetividad han convertido a la demanda de autonomía, la conquista del propio yo y la libertad en factores productivos clave (Honneth, 2004). La extensión de una razón emprendedora no sería sino la contribución más reciente a este proceso de creciente responsabilización, atomización de lo social y despolitización del trabajo en el que participan, de forma creciente, las políticas de empleo.

BIBLIOGRAFÍA

Arriba González, A. (2013): “Contenidos e instrumentos de las políticas de inclusión social e inclusión activa”, *Lan Harremanak*, 29, pp. 155-174.

Bakhtin, M. (1986): *Speech Genres and Other Late Essays*, Austin (Tx), The University of Texas Press.
Cabrera, M. A. (2001): *Historia, lenguaje y sociedad*, Valencia, Frónesis. Crespo Suárez, E. y Serrano Pascual, A. (2011): “Regulación del trabajo y gobierno de la subjetividad: la psicologización política del trabajo”, en A. Ovejero (coord.), *Perspectivas recientes y críticas en la Psicología social*, Madrid, Biblioteca Nueva.

Del Pozo Cuevas, F. (2016): “Ciudadanía y servicios públicos de empleo: una comunicación

imperfecta. Representaciones y usos de las políticas activas de empleo en Andalucía 2007-2012",

tesis doctoral, Universidad Pablo de Olavide.

DONZELOT, J. (1994): *L'invention du social. Essai sur le déclin des passions politiques*, París, Edition du Seuil.

EHRENBERG, A. (1998): *La fatigue d'être soi*, Poches Odile Jacob. ETUI (2014): *Benchmarking working Europe*, Bruxelles, ETUI. EUROFOUND (2012): *NEETs Young people not in employment, education or training: Characteristics, costs*

and policy responses in Europe, Dublín, European Foundation for the Improvement of working and living conditions.

FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C. J. y SERRANO PASCUAL, A. (2014): *El paradigma de la exiguridad en las*

políticas de empleo españolas: un análisis cualitativo , Madrid, CIS.

GAUTIÉ, J. (2002): "De l´invention du chômage à sa déconstruction", *Genèses*, 46, pp. 60-76.
HONNETH, A. (1989/2009): *Crítica del poder. Fases en la re exión de una teoría crítica de la sociedad*, Madrid, Antonio Machado.

— (2004): "Organized self-realization: Some paradoxes of individualization", *European Journal of*

Social Theory , 7(4), pp. 463-478.

ILO (2015): "What does NEETs mean and why is the concept so easily misinterpreted?" *Work4Youth.*

Technical Brief, 1. (http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-dgreports/-

dcomm/documents/publication/wcms_343153.pdf).

LAVAL, G. y DARDOT, P. (2013): *La nueva razón del mundo*, Barcelona, Gedisa. LINDSAY, C. y SERRANO PASCUAL, A. (2009): "New perspectives on employability and labour market policy: re ecting on key issues", *Environment and Planning C: Government and Policy*, 27(6), pp.

951-957.

MAZZUCCATO, M. (2013): "The entrepreneurial state", Debunking Public vs. Private Sector Myths (Anthem Other Canon Economics), The Open University.

MERLINGEN, M. (2006): "Foucault and world politics: promises and challenges of extending governmentality theory to the european and beyond", *Millennium, Journal of International Studies*, 35, pp. 181-196.

MINGARDI, A. (2015): "Critique of Mazzucato's Entrepreneurial State Alberto Mingardi", *Cato Journal*, 35(3).

NAVARRETE, L. *et al.* (2011): *Desmontando a ni-ni. Un estereotipo juvenil en tiempos de crisis*, Madrid, INJUVE.

PASTOR, A. (2015): "El marco normativo del empleo", en *Diagnóstico socioeconómico sobre las políticas*

de empleo en España, 2012-2014, Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), Dipòsit Digital de Documents, Universitat Autònoma de Barcelona. (http://ddd.uab.cat/record/142887).

PEREIRA, I. (2010): "Du salariat à l'auto-entreprenariat: vers plus de liberté ou vers plus

d'exploitation?", *Sud Culture Lorient* (http://sud-culture.org/expressions/IMG/pdf_Auto-entrepreneur.pdf).

PRIETO, C. (2014): "From exicurity to social employment regimes", en M. Keune y A. Serrano (eds.), *Deconstructing Flexicurity and Developing Alternatives Approaches*, Nueva York, Routledge.

RODRÍGUEZ, C. y RAMOS, J. (2016): "El sistema español de Garantía Juvenil y Formación Profesional dual en el marco de la Estrategia de Empleo", *ICEI Working Papers*.

RODRÍGUEZ-PIÑERO y BRAVO FERRER, M.; VALDÉS DAL-RÉ, F. y CASAS BAAMONDE, M. E. (2014): "Contratación a tiempo parcial y exibilidad del tiempo de trabajo en la nueva reforma laboral (RDL 16/2013, de 20 de diciembre)", *Relaciones Laborales*, 2.

RODRÍGUEZ-SOLER, J. y VERD, J. M (2015): "Políticas de empleo dirigidas a jóvenes", en *Diagnóstico socioeconómico sobre las políticas de empleo en España, 2012-2014*, Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), Dipòsit Digital de Documents, Universidad Autónoma de Barcelona (http://ddd.uab.cat/record/142923).

SANTOS ORTEGA, A. (2014): "La política en manos de los empresarios: el imparable ascenso de la ideología del emprendedor", *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, 29, pp. 29-43.

SERRANO PASCUAL, A. (2005): "Del desempleo como riesgo al desempleo como trampa:¿Qué distribución de las reponsabilidades plantea el paradigma de la activación propuesto por las instituciones europeas?", *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 23(2), pp. 219-246.

SERRANO PASCUAL, A.; FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C. J. y ARTIAGA LEIRAS, A. (2012): "Ingenierías de la subjetividad: el caso de la orientación para el empleo", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* , 138, pp. 41-62.

STEVENS, H. (2013): "Entre émancipation symbolique et reproduction sociale Ethnographie d'une formation de « développement personnel", *Travail et Emploi*, 133, pp. 39-51.

TORRENTS MARGALEF, J. (2006): "El marco jurídico de la activación de los demandantes de desempleo", *Cuadernos de Relaciones Laborales*, vol. 24(2), pp. 21-36.

VERNANT, J. P. (1989): *L´individu, la mort, l´amour. Soi même et l´autre en Grèce ancienne*, París, Gallimard.

CAPÍTULO 7

EL CONSUMO OBLIGATORIO O LA LÓGICA DE LA SOCIEDAD DE PAGO

LUIS ENRIQUE ALONSO

> Nuestra sociedad está inventando un nuevo tipo de agregado social poniendo en juego una extraña combinación de egoísmo y gregarismo. Elegiría el oxímoron perdonable de formación ego-gregaria para denominarla.
>
> Dufour (2012: 31)

> El bienestar goza de una excelente salud y podemos descartar que vaya a desaparecer. Eso sí, parece que tendremos que seguir discutiendo en qué consiste.
>
> Von Wallwitz (2016: 225)

INTRODUCCIÓN: LA NUEVA SOCIEDAD ADQUISITIVA

La irrupción masiva de las llamadas nuevas tecnologías en el mercado ha planteado nuevos escenarios en los que las empresas y los consumidores han visto transformada su relación tradicional, basada en la oferta de productos convencionales a los que los consumidores se adaptan. Los procesos habituales de producción-consumo de bienes se han transformado radicalmente, de manera que los consumidores cada vez adoptan un papel más activo dentro de la dinámica de negocio de la propia empresa. El consumidor posfordista y posmoderno además de interaccionar casi directamente con los sistemas de información de la nueva empresa, ha acabado diseñando muchas veces los contenidos propios de los servicios demandados. En este contexto tan cambiante y tan uido, dominado por la economía de redes, un creciente número de usuarios participa de forma más activa en los procesos de desarrollo, producción, diseño y decisión propios del tipo de servicio elegido; la empresa crea marcos exibles donde la individualización es posible dentro del orden mercantil más rentable para la oferta.

El auge creciente de este consumo individualizado y diferenciado traduce constantemente una forma de atribución de identidades que se re ejan en un juego de prácticas fundamentalmente mercantiles constituidas a partir de una idea de globalización forzada de nuestros estilos de vida. Así, las diferentes formas y bienes de consumo dan lugar a diferentes etiquetas sociales, y estas etiquetas tienen también capacidad de generar identidad y, a su vez, producir cierta demanda. El mundo del márketing y la publicidad han asumido y potenciado esta idea de la segmentación de mercados —y de la segmentación social subyacente—, sustituyendo el horizonte de un gran mercado de bienes homogéneos masivos por el de nichos de mercado muy

diferenciados y muy sensibles a las estrategias de la oferta. La monotonía es un valor absolutamente a la baja en los mercados posmodernos y, por lo tanto, el aumento de las posibilidades de elección, la diferenciación y la autoproducción nal del bien se convierten en valores casi imposibles de soslayar en un entorno de consumo como el actual, donde lo diverso y lo múltiple genera una riqueza social y cultural inocultable —resultado del crecimiento económico—, pero también se presenta como un espejo el de la desigualdad y la exclusión social al alza, nacional e internacionalmente instituida.

En esta nueva sociedad adquisitiva[28] todo se plantea como un refuerzo del individuo, como un puro asunto de elección, todo se puede elegir menos la necesidad de elegir. Para convertirse y presentarse como individuo de hecho hay que trabajar mucho en la sociedad de consumo, el consumo es una actividad decretada por el proceso de individualización y es el criterio para medir tanto el éxito como el fracaso social. Los que tienen recursos interpretan la individualización como emancipación; los menos afortunados, los grupos sociales débiles o vulnerables solo pueden considerar esta obligación de la individualización como un peso difícil de soportar lleno de riesgos y peligros de exclusión. El consumo privado tanto por la presión social del crecimiento mercantil como por la propia privatización y adelgazamiento del sector público se hace en buen grado obligatorio y la identidad válida es aquella que está en permanente esfuerzo de autoconstrucción frente (o contra) los demás, utilizando el consumo como herramienta de expresión principal. Por ello, el consumo actual se lleva a cabo en este contexto de una sociedad de consumidores que no es la suma de las acciones de compra, sino un modo de clasi cación y reconocimiento general de cada individuo en una cultura adquisitiva que atribuye valor social según el acceso a las diferentes mercancías. Esto signi ca que en la nueva sociedad adquisitiva sus miembros no solo satisfacen sus necesidades consumiendo, sino que se evalúa y juzga a los que actúan en ella generando una política de la vida derivada de sus resultados en su actividad consumista. Este síndrome consumista comporta todo un conjunto de estrategias, actividades, juicios de valor, prejuicios sobre el funcionamiento del mundo y sobre las aspiraciones posibles y realizables, todo ello derivado directamente de los resultados de la actividad mercantil; el deseo está conformado por el objeto de consumo.

LA CRISIS DEL CONSUMIDOR NACIONAL

El declive de la economía mixta —funcionamiento del mercado con corrección de externalidades negativas por las instituciones de un Estado-nación con fuerte legitimación para la intervención—, la privatización de grandes áreas de las estructuras públicas y la preponderancia de las rentas nancieras, han supuesto a lo largo de los últimos años un cierto declive asociado de las clases medias nacionales en lo que se re ere a su valor simbólico, su peso político y su situación como referente de los estilos de vida deseables. Paralelamente, el declive del sector industrial en las economías de los países centrales históricamente, acarrea, de la misma forma, una lenta disgregación de las clases productivas tradicionales, cuyo efecto más visible ha sido el avance de las relaciones de trabajo individualizadas y de condiciones de trabajo desprovistas de sistemas de protección públicos o institucionales, lo que inmediatamente ha creado un nuevo horizonte de formas de integración social y de subjetivación si las comparamos con la referencia fordista del consumo de masas.

De este modo, la noción moderna de consumo de masas, o cualquier otra de la edad de oro del fordismo —como la del standard package o equipamiento básico del hogar normalizado como unidad de consumo29— incidía sobre la dimensión de integración social del hecho adquisitivo: así, una mítica y nacional "forma de vida" de clase media se convertía en centro cultural de los discursos del bienestar contemporáneo en los países occidentales entre la salida de la Segunda Guerra Munidal y la mitad de la década de los ochenta del pasado siglo. Este conjunto integrado funcional y permanentemente renovable de objetos producidos —y distribuidos— masiva y rutinariamente (esto es, de manera fordista), se convertía en el soporte material de la expansión del consumo como sinónimo del triunfo de la mesocratización, del gusto y las prácticas de una clase media funcional y de nida a escala siempre nacional —basada en la renta y la asalarización masiva—, frente al declive de los antiguos grupos sociales patrimoniales. El consumo cerraba en el plano cotidiano las dimensiones múltiples que componían el fordismo maduro: industria nacional, empresa pública, producción en masa, grandes empresas muy burocratizadas, clases medias y populares de nidas por una ciudadanía social y laboral, *etc.* Todo ello en un marco de comercio internacional establecido como competencia, cooperación y extensión de industrias nacionales pugnando por mercados de productos — casi siempre productos materiales— más extensos e intentando imponer las ventajas competitivas de las naciones sobre áreas supranacionales, pero todavía con una fuerte regulación estatal del comercio internacional mediante legislaciones altamente intervencionistas o por

acuerdos suscritos entre estados.

En el umbral del siglo XXI, este modelo se ha desmontado y reconstruido, también, en múltiples dimensiones, muy diferentes a las que había presentado en el periodo fordista nacional. El marco económico que se ha generado es un espacio mercantil global en el que el horizonte no es ya tanto un capitalismo industrial y material como una economía nanciera, virtual e inmaterial y en el que los intercambios comerciales se juegan ya no como un intercambio de mercancías a nivel internacional, sino como un sistema articulado de empresas-red que operan a nivel transnacional, y donde lo que se realiza ya no es tanto un comercio entre países o economías nacionales en su sentido tradicional, como un conjunto de operaciones integradas con ujos acelerados de información, patentes y derechos intelectuales, componentes, tecnologías, y, sobre todo, recursos nancieros cada vez más desmaterializados. El modelo fordista de organización de la producción se ha venido sustituyendo por nuevos, diversos y muy fragmentados tipos de división (social, espacial y técnica) del trabajo que han con gurado un modelo de reestructuración productiva y de ordenación económica de los intercambios muy lejano del delicado equilibrio social keynesiano. Un fuerte proceso de remercantilización, privatización y desregulación ha acabado creando un marco institucional, técnico y convencional de gestión de la economía y la sociedad dominado por la idea de máxima movilidad y adaptación (exibilidad) de todos los recursos (empezando por el factor trabajo) a un marco de negocio que se hace a nivel global[30].

En este contexto, la desregulación institucional (estatal) de los mercados se ha convertido paradójicamente en el centro teórico del nuevo modo de regulación posfordista que más que un nuevo criterio ordenado jurídicamente de articulación social entre producción y consumo en un marco geográ co nacional estable, es un conjunto de políticas difusas que se ha venido desplegando en estos últimos años como una acumulación de normas diferenciadas de uso y reproducción de los recursos económicos en múltiples niveles (local, regional, supranacional, mundial), cuyo objetivo casi único es reforzar la competencia de los mercados en un marco global.

Con todo ello, las empresas han conseguido altas cotas de exibilidad, descentralización y desindustrialización de sus centros históricos (downsizing y outsourcing), de forma que el proceso clave no es tanto la cadena de producción física como el control de la cadena de suministro y las operaciones de servicios como un proceso conjunto. La logística, como medio que mantiene unida la red de ujos

de información y que permite articular el sistema productivo típico capitalista con demandas muy cambiantes, se con -vierte en la dimensión estratégica de la oferta. Y esta nueva logística se ha desprendido de las jerarquías cuantitativas y colectivas del modelo fordista hasta evolucionar hacia la llamada gestión de la cadena de suministro en el modelo posfordista, donde la descentralización, el aumento de la información en tiempo real y la fragmentación internacional del modelo productivo/distributivo desarticulan los alineamientos básicos del modelo de producción y consumo de masas estandarizado. En el modo de regulación fordista clásico el productor inundaba el mercado con productos normalizados y abaratados en precio (proceso de arriba a abajo); en el modelo posfordista es la adaptación a las dinámicas y nichos del mercado la que decide cuánto, cómo, dónde y por qué se suministra (modelo de abajo a arriba). La necesidad de exibilidad, elasticidad y adaptación al cliente se convierte ahora en fragmentación y trasformación permanente de la producción/distribución en ciclos muy acelerados temporalmente y formalmente incompatibles con ninguna limitación o garantía en el uso seguro de los recursos productivos (empezando por el recurso fuerza de trabajo).

Por lo tanto, del lado de la producción el posfordismo ha consistido en algo más que en una brillante, simple y limpia sobretecnologización del proceso de trabajo, ha sido una auténtica recomposición de los códigos de re lación y justi cación entre la empresa y el mercado, de tal manera que un nuevo marco sociotécnico ha introducido, ya sea por procesos de robotización e informatización, ya sea por la dispersión en redes de empresas de menor tamaño coordinadas contractualmente, formas muy ajustadas de producción que buscan la su ciente exibilidad para satisfacer justo a tiempo las demandas de mercados mucho más cambiantes, complejos y segmentados sin producir stocks o remanentes económicamente insostenibles. La exibilidad, la rapidez, la adaptación y el cambio se han convertido en el nuevo paradigma productivo, frente a la continuidad, linealidad, rendimiento a largo plazo y estabilidad del modelo fordista. En este posfordismo global todos los recursos se deben, por tanto, adaptar a un cambio de dinámica y escala de los mercados, empezando por el factor trabajo que pierde la mayoría de sus referencias institucionales para convertirse en un recurso que uctúa como cualquier otro según los ciclos y necesidades de los más estrictos mercados. Curiosa y paradójicamente, el posfordismo vuelve a reinstaurar y generalizar, adaptándolas, guras de gestión de la mano de obra que en muchos de sus espacios y sectores habían quedado abolidas, sobre todo en la Europa continental, por el

ciclo fordista, y a la vez inaugura formas de vida inestables y precarias, pero que crean nuevas formas de consumo y estilos de vida nada minoritarios [31].

Esta dinámica se viene produciendo en las sociedades occidentales como un proceso de reconversión tecnológica llevado a cabo en un doble frente: por una parte, institucionalmente amparado, un proceso de desindustrialización rápida de los espacios, regiones y naciones productivas tradicionales (ramas y sectores productivos ligados tecnológicamente a la transformación electromecánica) y de constitución de una economía neoindustrial o postindustrial atravesada por un potentísimo vector tecnológico asentado en la producción, tratamiento, circulación y procesamiento de información a través de todo tipo de redes de intercambio. Al penetrar este vector informacional en la producción material ha convertido la producción en masa en especialización exible, donde la con guración del producto y la producción asistida por ordenador antes que adaptarse al consumo masivo se dedican a segmentar y adecuar su oferta a nichos muy especí cos de demanda personalizada. Las grandes series se acortan y complejizan, los productos se transforman incluso estructuralmente —no simples variaciones cosméticas— en cortos espacios de tiempo; mientras que las fases tradicionales de la fabricación fordista —producción en cadena de grandes series de mercancías uniformadas— se han exportado hacia zonas periféricas y semiperiféricas —los llamados mercados emergentes—, reforzando así las tensiones sobre el empleo en los países del centro.

Esta estrategia presupone (y refuerza re eximente) una transformación y heterogeneización periódica de la demanda, desde donde surgen nuevas expectativas y segmentos de mercado su cientemente importantes para que las innovaciones de los productos, los procesos y los servicios puedan rentabilizarse. La distribución de renta debe ser “competitiva”, es decir, basada en el mérito, las relaciones de fuerza simbólica y las oportunidades nancieras, que privilegian o engendran periódicamente capas sociales o profesionales diferenciadas y renovadas, dispuestas a manifestar su nueva posición económica y social mediante consumos continuamente renovados. La exibilidad productiva se convierte en fuente de rentabilidad cuando permite ajustar mejor, y más rápidamente que los competidores, los costes a las variaciones de la demanda. Esto supone una estrategia —muchas veces desplegada a nivel mundial— de ir aprovechando todos los espacios productivos centrales y periféricos que permitan la mejor combinación de precios de cara a una mejor “reactividad” y “conectividad”, es decir, a un aumento de la capacidad de reconversión rápida (tanto en la concepción como en la fabricación y

distribución de los productos), respondiendo a los cambios de expectativas de la clientela o de parte de ella, anticipándose a la competencia entre empresas o las transformaciones de la demanda potencial y dándose a conocer en el mercado virtual en tiempo real.

CONSUMOS DISTINTIVOS

Un modelo social como el que hemos venido viendo construirse en las últimas décadas requiere y fomenta una gestión de la mano de obra que se reconvierte rápidamente, pasando de un conjunto de procedimientos y productos a otro y dando peso de unas áreas geográficas a otras a nivel mundial, cristalizando estrategias que deben ser por definición emprendedoras y oportunistas a muy corto plazo. La hegemonía de la política volcada en la variación del producto típica del posfordismo —frente al de la política de estabilización y estandarización de los procesos a nivel nacional, típicos del fordismo— busca la permanente anticipación ante nuevas expectativas prácticas y simbólicas, que emanan de las capas emergentes de la población, cuyo estilo de vida ha cambiado. Se exige, por tanto, un conocimiento anticipado directo y sensible de los clientes potenciales, la imaginación necesaria, junto con la inventiva y la competencia técnica, para encontrar la forma que concrete sus aspiraciones. Es importante también que los compromisos asumidos con aquellos que financian a la firma y los proveedores no impidan o dificulten el lanzamiento de modelos innovadores. En consecuencia, la relación salarial debe hacer posible y aceptable socialmente la renovación de la capacidad de innovación conceptual de la firma y la rápida reconversión de la mano de obra y las disposiciones y competencias que se privilegian. Por ello, tanto el reclutamiento como la formación y asignación de los puestos suelen asociarse a la individualización de la condición salarial, la estabilidad en el puesto de trabajo y la promoción, hasta el punto que, de manera otra vez casi paradójica, las normas colectivas laborales reconocen la primacía de lo individual, reforzando la particularización y fragmentación de la relación salarial a todos los niveles, desde la empresa hasta la economía global[32].

La producción especializada, al contrario que la fordista, se basa en que los consumidores son potencialmente distintos, que hay nichos o segmentos de demanda muy diferenciados a los que las empresas innovadoras tratan de adaptarse, necesitando tecnología muy flexible y mano de obra adaptable que se ajuste rápidamente a las nuevas pautas

de organización y a la turbulenta y rápida variabilidad de los mercados. El volumen medio de productos comercializados no tiene por qué ser elevado, ya que las ventas se contabilizan en varios productos y modelos dirigidos a segmentos de mercado diferentes. Tampoco se trata de ser rentable reduciendo el precio, porque la meta está en crear y explotar la renta de innovación y lograr que los competidores no puedan cuestionarla; de lo que se trata es de crear combinaciones diferentes de precio y calidad en productos que el consumidor sabe asociar a niveles de representación simbólica. La diversidad, es decir, el número de modelos con los que se compite se convierte en dato relevante.

En lo que se re ere al consumo estrictamente hablando, se pueden encontrar una serie de dinámicas que completan el modo de regulación posfordista en lo relativo a su complejidad institucionalizada, estas dinámicas son además de la globalización de las redes comerciales, la fragmentación, la individualización y la virtualización. De esta manera, y en un primer análisis, de la sociedad de consumo como modelo más o menos idealizado —o criticado— de integración y bienestar social (mercado de masas, pleno empleo, prestación impersonal y múltiple de bienes y servicios destinados a un consumidor medio y anónimo, Estado keynesiano desmercantilizador, etc.), se ha ido dando paso, con el cambio de una matriz fordista a otra posfordista de fabricación y especialización exible, a un modelo adquisitivo segmentado en el que ha estallado el universo social uni cador e integrador que había servido como referencia para la conceptualización de la sociedad de consumo como sociedad nacional.

Así, frente al estilo de clase media, los grandes mercados de productos muy poco diferenciados, la fabricación en cadena de largas series de enorme duración comercial con escasa renovación estética y simbólica de los productos, etc., típicos del fordismo; en el llamado posfordismo se ha instaurado un marco casi simétrico: mercados segmentados, oferta diferenciada y estrati cada (hasta la personalización) de bienes y servicios, adaptación y permanente renovación de nichos comerciales, Estado remercantilizador, *etc.* En tal contexto, las identidades sociales se han vuelto mucho más fragmentadas y se han multiplicado las sensibilidades y percepciones que, desde diferentes grupos sociales, se le da al hecho de consumir y a los efectos sociales y culturales buscados en las prácticas propias del consumo. De los mecanismos centralizados de comercialización hemos pasado a todo tipo de redes de producción, de distribución, de consumo, de información, *etc.* En este aspecto, el consumo de masas, y su compañero natural, el de cultura de masas, debe ser contemplado desde un aspecto mucho menos integrado que la pauta fordista, pauta

que no tanto desaparece como se degrada y privatiza parcialmente. A la vez, nuevos estilos de vida y consumos distintivos (tanto neoelitistas, como particularistas) se han incrustado en este conjunto de normas adquisitivas diferenciadas que se han venido componiendo en estos “nuevos tiempos” del consumo posfordista.

Las tendencias hasta aquí re ejadas indican que la dinámica de globalización y mundialización de la economía actual lleva implícita la profundización de las estrategias mercantiles en todos los ámbitos sociales y territoriales tanto extensiva como intensivamente. El Estado-nación se ha ido viendo limitado en sus intervenciones posibles, salvo, quizás, en las que suponen, precisamente, el uso de los poderes públicos para remercantilizar y activar la competencia empresarial, de tal manera que ha quedado la acción pública enmarcada por una especie de realismo económico-nanciero internacional: el sector público no puede realizar todas las acciones socialmente demandadas porque entonces dejaría de ser nancieramente e ciente en un entorno de competitividad exacerbada, la empresarialización y privatización acaban arrastrando al consumo obligatorio a grandes sectores de la población que antes habían conseguido ser sujetos preferentes de los consumos públicos y servicios ciudadanos del Estado del bienestar clásico.

La crisis del compromiso keynesiano, del Estado social y de la cultura de la seguridad nacional, ha ido cristalizando la percepción de una sociedad del riesgo que impulsa hacia una autoconstrucción particularizada e individualizada de biografías cada vez más diversi cadas como forma de intento de neutralización de los riesgos que se difunden por todos nuestros ámbitos sociales[33]. En esa autoconstrucción, la gestión privada e individualizada del riesgo se hace central en una cultura de consumo donde la autorresponsabilidad en temas como la formación, la sanidad, el cuidado corporal, la cultura alimentaria, las pensiones, o la seguridad personal se convierten en bienes adquiribles en mercados de servicios cada vez más presentes en la esfera de lo directamente comprable. Hemos ido viendo aumentar, pues, la lista de consumos de previsión, seguridad y anticipación al riesgo destinados a aumentar la seguridad subjetiva frente a las aprehensiones sobrevenidas por la crisis del Estado del bienestar o por la sensación de desorden genérico asociado a las propias dinámicas de pérdida de control nacional de la seguridad (sea esta seguridad alimentaria, comercial, nanciera, política y social, etc.). Simé tri camente, conocemos también el auge de los consumos de ocio (viajes, industria del entretenimiento, compras disipativas) para vivir rápidamente en el eterno presente creado por una cultura de la diversión sobredimensionada y triunfante, producto del debilitamiento

sustancial de las posibilidades de estabilidad a largo plazo asociado a la desregulación. El gran crecimiento económico de los últimos años nos ha traído también un fenómeno de generalización y globalización de los productos de nuevo lujo, la nueva economía nanciera y tecnológica y sus grupos sociales ascendentes han permitido un nueva "economía simbólica" que han sacado a la luz un buen número de marcas internacionales de muy alta gama distribuidas mundialmente y que representan un nuevo concepto de lujo asociado no al reconocimiento de las diferencias históricas nacionales sino a la adquisición de nuevos signos internacionales, reconocibles a nivel universal, de cosmopolitismo y distinción.

En este entorno la globalización tiene efectos que van más allá de esa super cial homogeneidad que pretenden las versiones más descriptivas de la sociedad red, también genera una serie de jerarquías añadidas y efectos diferenciadores en las culturas de consumo que se convierten auténticamente en una amalgama de estilos de vida y modos adquisitivos parcialmente yuxtapuestos a nivel nacional e internacional. Nuevas franjas de consumo encajadas transnacionalmente —las nuevas clases cosmopolitas de alto capital humano, social y simbólico—, tienden a separarse progresivamente de los modos de consumo de clase media nacional, cada vez más a la defensiva y desestabilizados por nuevos factores de diversidad social como es la inmigración y la precarización de ciertos estilos de vida en grupos sociales poco asentados como los jóvenes; igualmente también a nivel mundial se constata la permanencia de enormes zonas tradicionales de subconsumo y estancamiento. Por tanto, los denominados procesos de globalización han tenido, básicamente, una doble repercusión en las prácticas de consumo: por un lado han desarrollado un segmento (variable en su tamaño según la posición del país que se considere en la división internacional del trabajo) de población claramente vinculada —en positivo— con la citada economía global y con las pautas de modos de consumo a ella asociados (nuevos productos, nuevas tecnologías, movilidad internacional, alto nivel adquisitivo, alto capital relacional, etc.) y por otro lado, se han incrementado los sectores de la población (y los territorios) que acumulan costes sociales, adaptando sus estilos de vida defensivamente a una remercantilización generalizada.

Si la globalización ha hecho el mundo más plano, también lo ha fragmentado con grietas, montañas y con un archipiélago de espacios interconectados, pero no uni cados. Los nuevos medios de comunicación y la tecnología que uniformiza favorece también la multiplicación y radicalización de las identidades. Minorías y grupos marginales pueden tener hoy un alcance global, y frente a la uni

cación dominante también se constituye simbólicamente la fuerza de los pocos. Estamos en un proceso de globalización de las diferencias, o de globalización celular, donde al tiempo que se suprimen fronteras físicas surgen con más fuerza otras barreras sociales, políticas y mentales y donde la hibridación como asegura Néstor García Canclini [34] es más un proceso de confusión que de fusión, lo que implica que en tensión con el proceso de homogeinización, se produce otro de fragmentación del mundo.

LOS NUEVOS ESPACIOS Y TIEMPOS DEL CONSUMO

Generalmente, la sustitución de las industrializaciones nacionales por las localizaciones y relocalizaciones permanentes y muy selectivas de las em -presas-red internacionales nos abre la perspectiva de una economía de enclaves comerciales o redes de comercialización cada vez más determinados por lo que podríamos denominar una cierta economía de la plataforma, es decir, por un juego de ventajas competitivas asociadas a las características tecnológicas, a la productividad y el acabado nal de sus productos que explica la localización de cada fase del proceso productivo y comercial. Una misma base tecnológica de un producto puede ser acabada de muchas maneras y en muchos territorios; el conjunto de la producción y la distribución ya se hace a nivel mundial y las adaptaciones para los mercados concretos se hacen a nivel local. El diseño de los productos y la dirección de los procesos se convierten en el elemento fundamental de control del espacio global, los dominios de las bases tecnológicas de la economía de la plataforma son mucho más importantes en gran parte de las dinámicas de crecimiento que las políticas tradicionales asociadas a las instituciones políticas nacionales.

Al organizarse hoy los procesos de producción hegemónicos e innovadores no como el clásico sistema industrial de producción masiva de bienes, la importancia de los determinantes simbólicos sobre el producto (empezando por la marca) son fundamentales, de tal manera que casi resulta imposible disociar la marca, la presentación, del producto en sí. Por tanto en este tipo de producción, el trabajo rudo de montaje se realizará en países de bajos salarios, mientras que el “dorado” (nombre técnico que recibe el proceso de añadir toda clase de cambios que logren diferenciar los productos básicos) se realizará en plantas de acabado cercanas a los mercados locales. Al

aplicarle el “dorado” el vendedor tratará de magni car el valor de diferencias de rápido y fácil diseño, de modo que se resalten las distinciones simbólicas y de acabado. Para hacer rentable la diferenciación, los consumidores potenciales deben ser capaces de leer e imaginar las diferencias y de ahí provienen las potenciales ganancias extraordinarias asociadas a los nichos más dinámicos. La publicidad y los valores asociados a las marcas tienden a descontextualizar el producto físico para convertirlo en un bien simbólico distinguido. El sistema de distribución y comunicación publicitaria es el dispositivo capaz de crear marcas sobrediferenciadas a partir de productos plataforma El consumidor tratará de encontrar diferencias simbólicas entre bienes cada vez más homogeneizados técnicamente, participando en el proceso de formación imaginaria de la comunidad de marca y realizando todo tipo de asociaciones emotivas positivas cuando delante de él se encuentre con esos productos/marca. En este contexto de opulencia simbólica, los consumidores ordinarios compran equipamientos cuyas capacidades nunca utilizarán íntegramente, pero que generan un poderoso atractivo comercial, de tal manera que esa capacidad excedentaria de los productos que consiste precisamente en tener más de lo que una persona podría usar jamás es una línea más de diferenciación simbólica del bien de consumo.

Por lo tanto, en todas sus dimensiones, ha estallado el universo social nacional, uni cador e integrador que había servido como referencia para de nir la consolidación de la norma de consumo de masas fordista paralela a la institucionalización de los sistema de bienestar nacional: clases medias funcionales, consumo de masas, pleno empleo industrial, crecimiento generalizado de las oportunidades sociales, acceso impersonal y múltiple a bienes y servicios destinados a un consumidor indiferenciado, Estado desmercantilizador, *etc.* Por el contrario, el modelo posfordista ha generado un modelo más complejo, exible, potente y difuso de ajuste de producción y consumo: globalización, interconexión, mercados de trabajo segmentados, dualización social, procesos de promoción social mucho más individualizados y separados, oferta diferenciada y estrati cada (hasta la “personalización”) de bienes y servicios, estados mercantilizadores y empresarializadores, *etc.* En este contexto, gran parte de las identidades y grupos sociales que tradicionalmente se anclaban en un consumo industrial normalizado, se han difuminado, tendiendo a ser más borrosas y múltiples, así como la subjetividad —la cultura del yo— se ha puesto en primer orden de preferencia en cuanto a la de nición de la relación del consumidor individual nal con los grandes aparatos de distribución comercial de todo tipo. De los mecanismos centralizados de todo tipo hemos pasado a las redes de

producción, de distribución, de consumo, de información, hasta llegar a una nueva cibercultura de los objetos y al internet de las cosas[35]. La norma de consumo nacional se ha diversi cado y fragmentado estructurándose en normas de consumo internacionales y cosmopolitas —de elite, información selectiva, alta velocidad y ostentación simbólica—, y estilos de vida y consumo progresivamente más defensivos y retraídos sobre lo convencional y lo local.

Tiempo y espacio se están estructurando y con gurando de manera diferente, los nuevos productos de consumo (*software*, intangibles, informática, nuevos soportes de audio y vídeo, industria del entretenimiento, etc.) ya son lanzados al mercado mundial de forma globalizada y acelerados en su ciclo de distribución para rentabilizarlos inmediatamente y dejar paso a otra novedad recurrente. En los productos de base industrial —como la clásica industria del automóvil, central en la norma de consumo fordista, o los electrodomésticos— las pautas de producción están cada vez más deslocalizadas y descentralizadas para sus componentes en los llamados mercados emergentes (Brasil, México, Sudeste Asiático, Europa del Este), a la vez que se han uni cado, mediante campañas de publicidad globales, el consumo de los modelos de gama alta entre las elites de los más variados países el mundo. Sin embargo, hemos conocido un proceso de profundización de la crisis simbólica —re ejada en el estancamiento relativo y en la contracción estructural en el volumen de ventas— de las gamas medias y bajas de los objetos de consumo industriales, crisis simbólica que re eja un modelo de crecimiento volcado en las rentas altas cosmopolitas y globalizadoras, así como el relativo debilitamiento y pérdida de peso mercantil de los ingresos medios y bajos.

Frente a la ahora ya mítica sociedad nacional de clases medias que arrancaba a nales de la Segunda Guerra Mundial —romboide en su pirámide estrati cacional, centrípeta en sus prácticas y estilos de vida, uniformadora en sus prácticas sociales y adquisitivas—, el mercado global a partir de nales de los años ochenta abrió una etapa donde una sociedad cada vez más internacionalizada ha tendido a constituirse de una manera muy dinámica, centrífuga y segmentada con estilos de vida, modos de consumo y formas adquisitivas de expresión de la identidad social sucesivamente fragmentadas y diferenciadas, con nuevas narrativas, miedos y ansiedades[36]. Si las formas de consumo de masas de raíz fordista han seguido siendo cuantitativamente dominantes —estrategias de estandarización, McDonalización y “clase media”—, también es cierto que estas se han visto cualitativamente limitadas por estrategias muy divergentes que se han venido haciendo presentes de manera fundamental para la nueva estructuración de la

oferta comercial. En estas estrategias hemos podido localizar desde los nuevos estilos de vida dominantes y culturalmente hegemónicos (cosmopolitas, de alto capital humano, exigentes en el uso de tecnologías digitales y relaciones internacionales) hasta formas muy defensivas y vulnerables de consumo asociadas a los nuevos márgenes de un mercado de trabajo en permanente riesgo de precarización (con colectivos como los nuevos inmigrantes, parados de larga duración, jóvenes subempleados, etc.).

Si la base adquisitiva mayoritaria en el posfordismo siguen siendo los segmentos ordenados y estructurados de manera fordista —consumos de masas, universalizados, estandarizados, etc.—, también es cierto que esta base se ha venido limitando en cantidad, calidad, reconocimiento social y capacidad de generar estatus. La pérdida de interés, atractivo y distinción de las televisiones generalistas, de los productos masi cados, de los electrodomésticos tradicionales o de los coches utilitarios, etc., se han hecho, de esta manera, evidente, al mismo tiempo que las ofertas, las gamas, los modelos y las presentaciones de los productos y servicios se multiplican y diferencian buscando los nichos mercantiles y segmentos sociales más rentables surgidos al calor de la desregulación. En este punto las estrategias de remercantilización y sobrepago (compra en canales exclusivos de productos que tienen alternativas generalistas mucho más baratas o incluso gratuitas) se han hecho omnipresentes en este complejo posfordismo y, así, junto a la decadencia multidimensional de las ofertas universalistas (públicas, pero también privadas) aparecen todo tipo de formas de consumo individualizadas y posicionales cuyo carácter diferenciado es parte de su reclamo comercial. Si la dimensión de la integración era la seña de identidad de la sociedad de consumo fordista, la segmentación y la representación cotidiana de la personalización es la principal característica de los nuevos relatos del consumo posfordista, segmentación que difumina las identidades genéricas (y pasivas) de grandes grupos sociales y nos remite a grupos mucho más complejos, diversos e interconectados por formas activas de reconocimiento y comunicación (incluida la comunicación comercial).

La reducción del Estado del bienestar, las políticas de austeridad pública y el incremento de las lógicas de consumo segmentado e individualizado tiene como consecuencia un incremento de la lógica general de la compra mercantil como simple forma de supervivencia, material y simbólica, en todos los ámbitos de la vida cotidiana. Las ideas de monopolio radical, itinerario obligado o elección forzada, compra obligada, etc., que tanto difundió Ivan Illich [37] en su día para hablar de la exclusión de lo público, la gratuidad y la convivencialidad

de la opciones reales de la vida de la gente, y, por ello, los consumos posicionales e individuales se hacen imprescindibles simplemente para sobrevivir en una sociedad donde solo el pago y la monetarización pretende ser el patrón único de suministro de bienes y servicios para toda la población.

El "ajuste" social posfordista ha ido sustituyendo los grandes acuerdos y regulaciones nacionales por in nitas estrategias mercantiles, multirregulaciones y prácticas microcorporatistas de gobernanza, entendiendo esta gobernanza, según las de niciones de la ciencia política actual, como la capacidad y la responsabilidad de las sociedades en su conjunto y no solo de los gobiernos, sino de las empresas, los actores sociales y las instituciones de todo tipo y nivel —locales, nacionales, regionales, supranacionales— para tomar decisiones de crecimiento, así como para trazar y lograr los objetivos sociales. La responsabilización sobre el futuro de todos los ciudadanos y a todos los niveles que ha venido asociada a las formas de gobernanza en la globalización son las empresas y la sociedad civil y no los estados los que toman la iniciativa y el protagonismo de las políticas reales, también ha contribuido al proceso de fuerte individualización de las identidades sociales y los estilos de vida que venimos señalando y que se ha consagrado y materializado en nuevas formas y productos de consumo.

En este tipo de nueva sociedad adquisitiva la satisfacción solo puede ser el resultado (siempre y cada vez más momentáneo) de la acumulación de objetos de deseo; en la sociedad de los consumidores la funcionalidad o la racionalidad de los bienes quedan sepultados bajo el exceso y el derroche constitutivo de la losofía de la mercancía como exposición y seducción. Exceso e incertidumbre están íntima e indisolublemente vinculados aquí, la búsqueda de una autoimagen satisfactoria está ligada a la adquisición permanente de nuevos productos y de las comparaciones interpersonales realizadas según los ideales de la cultura de consumo. Un proceso como este, inestable por de nición, genera inmediatamente inseguridad de la imagen conseguida provocando más actos de compra y más deseos de emular las pautas dominantes de la cultura comercial. En este marco de exceso, decisión e incertidumbre las vidas del consumo son vidas para el consumo, en un permanente proceso de búsqueda de atributos e identidades inciertas que nunca acaban de consumarse (el tiempo acelerado de la compra deja inmediatamente obsoletas las opciones de compra, y sean cuales sean estas opciones efectivamente realizadas, siempre quedarán obras por hacer hasta un punto inalcanzable).

Nuevos objetos nómadas (teléfonos portátiles, terminales

hiperindividualizadas, ordenadores personales, reproductores de imagen y sonido ultraligeros, etc.) cambian el carácter estable, externo o familiar que tuvo el objeto clásico fordista, para convertirse en auténticas prótesis personales de un consumidor cada vez más independizado[038]. Las biografías personales pierden linealidad y previsibilidad y el consumo se liga más a "hechos de vida" rápidamente cambiantes (cambios familiares, divorcios y emparejamientos, cambio de empleo, movilidad geográ ca) que a un modelo familiar a largo plazo centralizado y ordenado. La posibilidad de acceso a soportes digitales y a tecnologías extremadamente ligeras y manejables aumentan las capacidades de elección, selección, diseño y composición nal por parte del propio comprador de sus formas nales de consumo.

De la misma manera, las funciones estables, jas y a largo plazo de los objetos se pierden y se complejizan; la misma separación entre espacios y tiempos de trabajo y consumo se difuminan y entremezclan; el hogar ya no es la fortaleza del confort y el ocio, sino una posible continuación del trabajo; los tiempos en el trabajo se expanden, los objetos pueden servir para el ocio o el trabajo, las máquinas electrónicas se convierten en ventanas por donde lo íntimo y lo público se combinan; las microtecnologías pueden convertir en tiempo de trabajo cualquier lugar y hora. El tradicional discurso del confort, la tranquilidad y el goce familiar fordista (pasivo) se ha ido transformando en un discurso más activo y productivo —de "prosumidor"— que impone sistemáticamente la necesidad y la actividad de consumir como estrategia individual para no quedar fuera de la competencia en todos los mercados (el de trabajo, el de los signos, el de las relaciones sociales). La conectividad, la velocidad y la capacidad de acceso a los puntos privilegiados de los sistemas relacionales tienden a sustituir a la masa y la cantidad bruta de ventas como lógica dominante de distribución comercial.

En este mismo sentido también aparece el fenómeno conocido como la sociedad *low cost*, en la que el consumo de nuevos productos abaratados por su producción en los países semiperiféricos o periféricos (o por estructuras logísticas y de distribución que combinan la exibilidad de todo tipo con usos precarios de la fuerza de trabajo) crean una nueva percepción de posibilidad de alto consumo cuantitativa y cualitativamente muy variado. Los consumidores se bene cian del menor coste de los productos —a igualdad de ingresos se produce un efecto renta, un aumento del poder adquisitivo debido a la orientación del mercado de bajo coste—, teniendo una sensación de autoconstrucción de su propia imagen con materiales muy accesibles, en un proceso que abarca desde los consumos de lujo (el fenómeno del

nuevo lujo) en las clases promocionales hasta la compra de productos de importación de baja gama a la que se orientan los consumidores más populares, aunque todos ellos pueden ser productos importados desde China e India. La clase media de hace veinte o treinta años se fragmenta y se diversi ca en una fuerte cantidad de grupos neoestamentales con condiciones de consumo muy diferenciadas, pero en conjunto posibilitadas al alza por estos nuevos sistemas de producción y distribución comercial que permiten un incremento general de la capacidad adquisitiva 39.

Con la aparición de las empresas que trabajan o surgieron con la losofía *low cost*, aparece un tipo de consumo que combina el abaratamiento de los productos con una sensación de mayor libertad y riqueza, lo que tiende a invisibilizar más, si cabe, el lugar de trabajo como referencia social principal para reforzar la idea de la identidad consumidora. Este nuevo consumo *low cost* además de acrecentar la sensación de opulencia y de poner al alcance del comprador muchos productos y muy diversos, siempre crea la idea de agencia, es decir, de que el consumidor acaba montando, programando, personalizando y multiplicando sus opciones de compra que se multiplican y se hacen más complejas. Ya sea en los viajes, en los textiles, en los muebles o en la electrónica se amplían las posibilidades de compra a la vez que la autoconstrucción nal del producto, el autoservicio y las relaciones en red se expanden. El peso de los servicios atendidos por mucho personal es sustituido por un tipo de despliegue logístico donde la desintermediación es la clave tanto del incremento de la rentabilidad como de una nueva creación de la subjetividad consumidora construida ahora como una auténtica tecnología de la individualización o de la constitución de comunidades simbólicas de consumos fragmentados y diferenciados.

NUEVOS OBJETOS Y SUJETOS DEL CONSUMO GLOBAL

La desintermediación (o la creación de vínculos de relación directa entre los clientes potenciales y los principales productores de bienes y servicios) que ha permitido la cultura tecnológica del posfordismo, produce, por tanto, una inmensa capacidad mercantil de generación de imágenes, informaciones e intercambios a una rapidez espectacular sin apenas controles, referencias sociales o institucionales. Esta “mano invisible” tecnológica produce efectos acumulativos y diversos en un entramado solo parcialmente regulado cuya e cacia comercial está ya

fuera de duda. Se habla del posfordismo como una especie de giro comunicativo o cognitivo de la economía, en el sentido no solo de que aumentan los canales, las informaciones y el "capital intelectual" implicado en la producción, sino de uni cación del tiempo de trabajo y de consumo, de articulación semiótica total de todas las esferas de vida privada y pública sobre un espacio de vida genérico y difuso que rompe la idea de de nición clara de los factores del fordismo tradicional (fábrica, horario, herramienta, estatus, objeto de consumo, etc.) para presentar ahora un forma borrosa, compleja y entremezclada, conducente a una economía simbólica que cruza la dimensión inmaterial como su nueva y desa ante frontera.

Esta desintermediación que es en buena medida una nueva intermediación, pues sitúa entre el cliente y el producto no a personas o a reglas jurídicas estatales, sino a redes comerciales, intermediarios tecnológicos y normas débiles derivadas de la razón empresarial, tiene efectos comerciales, pues hace muy rentables los intercambios que se producen entre usuarios o entre un usuario particular y una central de distribución especializada en respuesta a ese consumidor particular —la llamada economía *long tail*— o en pequeñas cantidades para públicos que las demandan desde plataformas electrónicas, y así las minorías sumadas acaban siendo mayorías muy rentables. Pero, por otra parte, también los efectos sociales y culturales son espectaculares, pues aunque la tecnología produce el espejismo de la uniformización cultural, en realidad también favorece las diferencias, pues hace posible que las distinciones sean mayores y globales e incluso se generen nuevas, permitiendo que se pongan en contacto personas con intereses comunes pero alejadas entre sí. Todo ello refuerza la diversidad a escala global, pero también local. Las culturas internas de las minorías, a menudo relegadas o socialmente excluidas, encuentran ahora, gracias a las estructuras en red, sus propios canales de comunicación. La nueva conectividad genera todo tipo de distinciones, comunidades y tribus a nivel mundial.

En directa relación con lo anterior se encuentra el proceso de virtualización [40] y semiotización de los procesos de consumo hasta acabar generando un auténtico nuevo espíritu de la compra a nivel global: un metarrelato icónico que nos ha hecho pensar en una nueva transición, y así si en la "era del bienestar" fordista se pasaba —como centro de la identidad social principal— de la economía de la producción a la economía del consumo (material), esta "era" culturalmente "pos" (posfordista, posindustrial, posmoderna) nos llevaría a una especie de "economía de la ción y la presentación simbólica". El derroche semiótico, la inversión en imagen, la erotización simbólica, disuelven cada vez más las barreras entre el

consumo como actividad económica y como fenómeno cultural, el sistema de marcas se extiende e independiza de sus bases productivas e incluso estrictamente comerciales, son metamarcas que se desenvuelven por encima de los objetos, las funciones y, sobre todo, los sujetos creando toda una mitología propia. Mitología que se impone a las diferencias nacionales o las necesidades locales.

Esta virtualización se ha manifestado como un proceso más de arti cialización de todos los espacios de la vida cotidiana, sustituyendo formas, modos y costumbres de relación social y cultural directa por formas mediadas absolutamente por las nuevas mercancías digitalizadas y por sus iconos. La "vida en la pantalla" o las "comunidades virtuales" o las mal denominadas "nuevas redes sociales" indican que la dimensión fáctica (de contacto y relación) de constitución de lo social ha sido directamente impulsada por un posfordismo desplegado como un sistema de redes que primero ha individualizado la cultura de consumo y luego la ha reconstruido tecnológicamente haciéndola pasar por un conjunto de objetos numéricos o digitales que imponen una lógica mucho más exible y ligera de penetración de la lógica tecnológica en las relaciones sociales. Del consumidor receptor pasivo típico de la era del objeto mecánico y eléctrico (o incluso de la primera electrónica) hemos pasado al consumidor autoproducido, activo e interconectado, donde el aumento hasta el in nito de las posibilidades de elección pasa por el aumento paralelo del poder de los códigos comunicativos y las tecnologías de consumo.

Pero también son no-personas, las relaciones principales se hacen a través de la tecnología o de los simulacros y en este punto es importante ver que, de hecho, es el cliente el que hace todo el proceso adquisitivo, de haber problemas es hasta difícil encontrar a una persona física responsable. La reducción o eliminación del servicio personal prestado, fruto de la gran racionalización presente en estos grandes centros de consumo físicos o en la red, conlleva mayor desencanto y la deshumanización de todo el proceso de consumo. Proceso de desustanciación que se generaliza también en el mundo de la estricta mercancía, las no-cosas abundan en estos sitios de consumo virtual y real, ya que, signos y simulacros son indispensables de mostrar y vender en las redes electrónicas y en las grandes super cies de ocio y comercio.

El consumo global, por tanto, tiende a la banalización ya que simpli ca los contenidos, gana en rapidez, es más barato —siempre relativamente—, disminuye los costes, incrementa las ventas en todo el mundo —mercado mundial— y es fácil de usar de diversas maneras.

Pero esta misma simplicidad banal es la que nos hace pensar en las diferencias, pasamos de la producción en masa lineal en los principales sectores industriales, típica del fordismo, a una "personalización en masa, miscelánea y autoorganizada o autodesordenada". Gracias a la tecnología y a la nueva logística posfordista, esta personalización es fruto precisamente de la facilidad de acción del comparador, derivada de la simplicidad de contenidos que se transforman, se combinan y se amoldan siguiendo las identidades particulares de consumidores que hibridan y usan, dentro de esa simplicidad básica de las formas, los aspectos más accesibles de esta nueva cultura para adaptarla a sus particulares modos de vida. De nuevo paradójicamente, la McDonalización de la cultura global es la puerta de acceso a la sociedad de consumo de las poblaciones más desfavorecidas del sistema mundial, pero siempre en formas de creolización o criollización, hibridación o combinación cultural que se han demostrado mucho más potentes de lo previsto por las teorías simples de la modernización lineal.

Se va constituyendo así cierta heterogeneidad cultural y económica en el mundo, con diversos grados de mercantilización de las culturas locales. De esta forma, estamos asistiendo a la creación de mercados glocales diferenciados derivados de la relación del mercado global con las sociedades locales y donde es posible integrar oferta global y caracetísticas históricas y culturales de grupos, territorios y espacios con idiosincrasia propia. La glocalización expresa, pues, una vía más plural de mercantilización donde los individuos, grupos y formaciones étnicas son agentes importantes y al menos parcialmente creativos. Las mercancías y los medios de comunicación aunque tienen un poder simbólico fundamental no determinan hasta su última instancia las vivencias de las culturas especí cas, sino que enmarcan usos, entre los cuales también pueden construirse formas de expresar la identidad y la diversidad. Las características básicas de la glocalización son la heterogeneidad (frente a la homogeneidad), la hibridación (frente a la uniformidad) y la creolización (frente a la pureza cultural y étnica). Sin embargo, en esta glocalización del consumo se puede hablar —como argumenta con agudeza el premio nobel de economía Amartya Sen[41]—, más que del avance del multiculturalismo, del establecimiento de un monoculturalismo plural, como fenómeno de yuxtaposición de prácticas culturales que utilizan las herramientas de la sociedad de consumo para la expresión de sus identidades idealizadas.

¿CONSUMO O CIUDADANÍA?

El tiempo y el espacio del mercado se han ido constituyendo en el posfordismo como los auténticos reguladores de todos los órdenes de la vida: el tiempo considerado "real" es un eterno presente de aceleración de ujos y de incremento de la re exividad de los canales comerciales en la demanda cotidiana (la comunicación entre cliente y productor circula casi de modo instantáneo en ambos sentidos y en un espacio mundial). En el territorio, las distancias se contraen, se deslocaliza la producción y el consumo se expande hasta tal punto que ya sea de manera inmaterial (las redes informáticas) o de manera altamente material (los grandes centros de comercio, los malls o las nuevas catedrales del consumo), todo espacio habitable, desde el hogar hasta la ciudad en su conjunto, está creado, jalonado y referenciado por el proceso de consumo.

Pero, hoy por hoy, no podemos permitirnos un análisis basado en la nostalgia del fordismo nacional, pues el propio fordismo estaba fundamentado sobre unos supuestos ecológicos y sociales ahora insostenibles; ni el derroche de los combustibles, ni una ciudadanía que no reconocía más actor social que los derivados de la participación en el trabajo asalariado, ni la ceguera institucional con respecto al género, ni el modelo industrial basado en el marco nacional son ya posibles de mantener en la construcción de unos nuevos modelos de estilos de vida más equitativos socialmente, viables medioambientalmente y participativos democráticamente. La globalización posfordista ha traído de la mano el ciberhogar, las redes tecnológicas y la privatización de los modos de vida, lo que ha acelerado hasta el vértigo las rutinas de consumo y el crecimiento económico de las zonas más ricas del mundo, pero a la vez han individualizado las prácticas, han fragmentado y encerrado sobre ellas mismas la cultura de compra grupal aumentando las distancias, di cultades de acceso y barreras simbólicas entre los diferentes niveles adquisitivos a nivel mundial. De esta manera es cierto que la rapidez y capacidad de generar bene cios del modo de regulación posfordista aceleran el volumen de mercancías, la facilidad técnica de acceso, la disponibilidad, la personalización y la posibilidad de elección de los grupos sociales mejor colocados internacionalmente. Pero, también, aumentan las di cultades para los que no dominan los códigos tecnológicos, culturales y lingüísticos dentro de un conjunto de grupos, regiones y naciones descolgados o excluidos del modelo de crecimiento intensivo.

Las identidades sociales quedan así fatalmente atadas a los estilos de consumo; el consumismo es una estrategia, una herramienta para la resolución de los dilemas y las incertidumbres que se presentan en las carreras de la individualización. La lucha por la singularidad —el

anhelo de subjetividad— se ha convertido así en el principal motor tanto de la producción como del consumo de masas. La demostración ostentosa de la capacidad de elegir, de desechar, de cambiar, de mostrar y seducir, de moverse y viajar indican una individualización conseguida, lo contrario es sinónimo de fracaso, exclusión y dependencia, la individualización frustrada que indica una identidad deteriorada y secundaria. Nadie puede presentarse como un sujeto sin portar los valores de un producto, su condición de sujeto pasa por alimentar y asumir la característica de un producto deseable, mostrando habilidades, competencias y características físicas y corporales atractivas y por ello demandadas. Todas las instituciones, públicas y privadas, estatales y mercantiles, privadas y públicas trabajan hoy creando este nuevo sujeto-producto a base de mercantilizar, privatizar, desregular, individualizar y precarizar todas las relaciones sociales.

Todos estos procesos nos permiten apreciar que debemos plantear una auténtica re exión de las relaciones ante el consumo como práctica ciudadana global, así como de las instituciones que lo pueden regular a nivel mundial, pues estamos ante una práctica que es imposible que sea relegada a un segundo término o considerada un simple efecto residual o secundario de otras dinámicas sociales, económicas o políticas consideradas más importantes. En este sentido, el consumo se ha convertido en una fuente de bienestar (público y privado), pero, de la misma manera, se experimenta en él nuevos riesgos individuales y colectivos que aumentan cuando los efectos de anulación de fronteras se hacen presentes. La materialización y ampliación de las desigualdades sociales, las recientes y preocupantes catástrofes y envenenamientos alimentarios, los efectos no seguros de los procesos de arti cialización, los impactos ecológicos sobre nuestro entorno, los consumos desordenados y adictivos, el simple fraude comercial o las malas prácticas de mercado son un primer umbral que marca la necesidad de control, seguimiento y vigilancia social y política de los procesos de consumo en un nuevo marco regulativo global.

Estamos en un modelo de estructura social en el que el consumo constituye una nueva ética de la acción social que supone una transformación radical con respecto a la ética protestante weberiana para de nir la esencia del capitalismo occidental [42]. De modo que debido al aumento de los niveles de vida, han pasado a primer plano en la de nición de la identidad y la expresividad social las cuestiones relacionadas con las formas concretas del consumo sin que las concernientes a la producción hayan desaparecido, pero sí que se han matizado; al igual que son los estilos de vida, más que las clases

distributivas tradicionales los que con guran en primer término toda una serie de actitudes y comportamientos que evidentemente luego se enmarcan en esas propias clases. La dimensión cultural del consumo supone no solo el incremento de la producción y distribución de los bienes culturales, sino también que la mayoría de las actividades culturales y prácticas están siendo mediadas por el consumo y tal consumo progresivamente implica consumo de signos e imágenes. Se puede decir que la intensi cación en el ujo de los bienes culturales y las imágenes dentro de la cultura del consumo hacen más compleja la estructura social de la globalización.

CONCLUSIÓN

De este modo, si en el momento actual el consumo es un elemento primordial en la construcción de las identidades sociales y los estilos de vida, una sociedad que no re exiona sobre sus formas de consumo está abocada a perder el control de lo que de positivo y negativo hay en él para la construcción o destrucción de redes y vínculos equitativos de socialidad en (y entre) los grupos humanos. Una sociedad sin consumo es imposible, pero una sociedad centrada solo en el consumo mercantil corre el peligro de convertirse en simulacro, de degradar y desgastar sus formas de solidaridad hasta convertirse en un simple agregado de egoísmos excluyentes. Es por esto que la re exión ciudadana, la participación de los actores sociales y la educación —formal e informal— para el consumo, se convierten en un aspecto ineludible para una sociedad que ha hecho de esta actividad su santo y seña vital, y debe conjurar con esta política del consumo, los riesgos (morales, sociales, económicos y hasta medioambientales o para la salud) de que la sociedad esté al servicio del consumo y no el consumo al servicio de la sociedad, como debe ser en el ideal de cualquier comunidad democrática. El consumo puede ser una forma racional de desarrollo de las capacidades humanas generales —como argumenta el citado Amartya Sen—, pero eso exige una nuevo redespliegue de las instituciones democráticas a nivel supranacional.

Evidentemente, nuestra sociedad de consumo ha cambiado y madurado, el llamado, en la literatura del movimiento “consumerista”, nuevo consumidor —un consumidor responsable, interesado en la seguridad, la simplicidad, los efectos sobre la salud, la buena relación calidad/precio, la información y el aprendizaje de los códigos ya muy complejos de los mercados de productos— parece que con su

pragmatismo y conocimiento tiende hoy a desplazar a cualquier gura estereotipada de un consumidor absolutamente dominado o absolutamente libre. Pero este nuevo consumidor es imposible de manera individual y aislada, solo pensado y construido desde el ámbito de lo global (en el sentido de la construcción de nuestras alternativas de vida en común por encima de los estados), puede tener una realidad consistente. Así, solo la participación, la educación, la movilización social y el conocimiento de nuestro ámbito real de elección en el mercado pueden racionalizar la esfera del consumo, esfera que dejada a la dinámica puramente egoísta corre el peligro de caer en el caos y el autobloqueo. Construir una globalización razonable supone avanzar en un modelo de consumo mundial que combine la diversidad con la equidad.

Con el avance de la mercantilización, el consumo toma la hegemonía como forma obligatoria de inserción social en la que gran parte de la actividad misma de consumir se ha traspasado a la responsabilidad y esfuerzo del consumidor mismo, convertido en gran medida en productor de su propio servicio de consumo. La desintermediación y virtualización de las formas de consumo han acabado cargando gran parte de los costes del consumo nal al consumidor que ahora se ha convertido en un autoproductor —o prosumidor — de su propia condición de consumo[43] (Dujarier, 2008). Esta dinámica de la adquisición obligatoria, individualizada y repleta de exigencias para el consumidor es el resultado de un nuevo tipo de proceso de articulación del sistema productivo con el sistema de distribución comercial en el seno de un nueva matriz de estilos de vida que, lejos de resquebrajarse con la actual crisis nanciara, se ha ido consolidando y desplegando. Las formas de vida, convivencia y constitución de la ética que se vinculan a nuestra actual, ma -dura y un tanto fatigada sociedad de consumidores, nos ponen sobre aviso de que el despliegue de las nuevas formas de consumo que nos enmarcan puede dañar muchos de los principios de convivencia que nos han servido para guiar civilizadamente la modernidad, como aquel que reclama que la obligación hacia nosotros mismos es indefectiblemente una obligación hacia el otro generalizado. El olvido, la banalización, la distorsión o el descuido en ello, deslumbrados solo por la riqueza material de nuestras formas de consumo, solo puede arrojarnos a un mundo en el que se endurezcan inhumanamente las condiciones de vida para muchos colectivos de la población mundial.

BIBLIOGRAFÍA

ALDRIDGE, A. (2013): *Consumption*, Cambrige, Polity Press, 2ª ed. ALONSO, L. E. (2005): *La era del consumo*, Madrid, Siglo XXI. — (2006): "A Post-Fordist Consumption Norm? Social Fragmentation, Individualization and New Inequalities", en L. E. Alonso y M. Martínez Lucio (eds.), *Employment Relations in a Changing*

Society: Assessing the Post-Fordist , Paradigm, Basingstoke, Palgrave MacMillan, pp. 153-168.

— (2007): *La crisis de la ciudadanía laboral*, Barcelona, Anthropos. ALONSO, L. E. y FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C. J. (2013): *Los discursos del presente*, Madrid, Siglo XXI. ALONSO, L. E.; FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C. J. e IBÁÑEZ ROJO, R. (2015): " From consumerism to guilt: economic crisis and discourses about consumption in Spain", *Journal of Consumer Culture*, 15(1), pp.

66-85.

ATTALI, J. (2003): *L´Homme nomade*, París, Fayard. BAUMAN, Z. (1998): *Work, Consumerism and the New Poor,* Philadelphia, Open University Press. — (2001*): La sociedad individualizada*, Madrid, Cátedra. — (2007): *Vida de consumo*, Buenos Aires y México, FCE. — (2010*): Mundo-consumo*, Barcelona, Paidós. BECK, U. (1992*): Risk Society. Towards a New Modernity*, Londres, Sage. — (1999*): Word Risk Society*, Cambridge, Cambridge Polity Press. BECK, U. y BECK-GERNSHEIM, E. (2000): *Individualisation*, Londres, Sage. BOLTANSKI, L. y CHIAPELLO, E (1999): *Le nouvel esprit du capitalisme*, París, Gallimard BOYER, R. (1987): "Labour exibilities: many forms, uncertain effects", *Labour and Society*, 12(1), pp.

107-129.

CAILLÉ, A. y otros (2011): *De la convivialité: dialogues de la société convivial à venir*, París, La Découverte.

CASTEL, R. (2006): "La précarité ou l"individu par défaut ", en R. Castel, *L"individu contemporain,*

regards sociologiques , París, Éditions Sciences Humaines.

CASTELLS, M. (2001): *La galaxia internet*, Barcelona, Areté. CHAVEL, L. (2006): *Les classes moyennes à la dérive*, París, Seuil.

COWEN, T. (2014*): Se acabó la clase media*, Barcelona, Antoni Bosch Editor. DUFOUR, D.-R.(2012): *Le Divin marché*, París, Gallimard/Folio. DUJARIER, M. A. (2014): *Le travail, du consommateur*, París, La Découverte. FEATHERSTONE, M. (2007): *Consumer Culture and Postmodernism*, Londres, 2ª. ed. GAGGI, M. y NARDUZZI, E. (2006): *El n de la clase media,* Madrid, Lengua de Trapo. GARCÍA CANCLINI, N. (1995): *Consumidores y ciudadanos. Con ictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo.

— (2004): *Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad*, Barcelona, Gedisa. GIL CALVO, E. (2009): *Crisis crónica. La construcción social de la gran recesión*, Madrid, Alianza. — (2013): *Los poderes opacos: austeridad y resistencia*, Madrid, Alianza. GRONDIN, P. (2011): *Cyberculture et objets de design industriel*, París, L´Harmattan, 2ª. ed. HERNÁNDEZ, E. (2014*): El n de la clase media*, Madrid, Clave Intelectual. ILLICH, I. (2011): *La convivencialidad*, Barcelona, Virus. — (2015): *Energía y equidad*, Madrid, Díaz y Pons. JESSOP, R. (1995): "The regulation approach, governance and post-Fordism: perspectives on economic and political change", *Economy and Society*, 24(3), pp. 307-333.

KOCH, M. (2006): *Roads to Post-Fordism Labour Markets and Social Structures in Europe,* Aldershot, Ashgate.

KUMAR, K. (1995): *From PostIndustrial to PostModern Society: New Theories of the Contemporary*

World, Oxford, Blackwell, Sage.

LURY, C. (2011): *Consumer Culture,* New Brunswick, NJ, Rutgers University Press. — (2014): *Brands.*

The Logos of the Global Economy, Londres, Routledge. MAURIN, E. (2009): *La peur du déclassement*, París, Seuil. RIESMAN, D. (1965): *Abundancia ¿para qué?,* México, FCE. SEN, A. (2007): *Identity and Violence. The Illusion of Destiny*, Nueva York, Norton. SINGLY, F. DE (2015*): L'individualisme est un humanisme*, París, L'Aube. STANDING, G. (2011): *The Precariat: The New Dangerous Class*, Londres, Bloomsbury. STREECK, W. (2012): "Los ciudadanos como clientes", *New Left Review*, 76, sep./oct., pp. 23-41. TASCÓN, M. y COULLAUT, A. (2016): *Big data y el internet de las cosas*, Madrid, Los Libros de la Catarata. TURNER, B. S. (2001): "The erosion of citizenship", *The British Journal of Sociology*, 52(2), pp. 189-209.

TURKLE, S. (1997): *La vida en la pantalla*, Barcelona, Paidós. WALLWITZ, G. VON (2016): *Mr. Smith y el paraíso*, Barcelona, Acantilado.

CAPÍTULO 8

DE CIUDADANOS A CLIENTES: LOS OBSTÁCULOS PARA UNA NUEVA NARRATIVA SOBRE LA CIUDADANÍA EN EL CONTEXTO DE LA

CRISIS* 44

MARÍA LUZ MORÁN

Numerosos indicios atestiguan que la crisis económica global, que nos afecta desde el año 2008 y que todavía se prolonga en el momento en el que escribo, ha tenido efectos sociales, políticos y culturales muy signi cativos, trascendiendo con mucho la cali cación de simple crisis nanciera con la que se de nió en un primer momento. Una de sus consecuencias ha sido hacer visible la quiebra de la narrativa hegemónica sobre la ciudadanía que había servido de fundamento para dar cuenta de las disposiciones sociales y políticas de las sociedades modernas desde el n de la Segunda Guerra Mundial, especialmente en el discurso político europeo (Procacci, 2010: 14). Por plantearlo en términos más precisos, estos últimos años han marcado un punto de in exión en el ya largo debate sobre la vigencia del modelo clásico de la ciudadanía en las sociedades democráticas de la modernidad tardía (Giddens, 1997). La preeminencia de una perspectiva economicista en el análisis sociopolítico y en el debate público, junto con las debilidades y desconciertos de las Ciencias Sociales, nos han conducido a una situación ciertamente paradójica. Por una parte, desde los años previos al estallido o cial de la crisis, hemos asistido al auge de con ictos y movilizaciones de un nuevo tipo que suponen un reto para las viejas democracias consolidadas y que, concretamente, cuestionan las tradicionales certidumbres sobre la naturaleza —normativa y empírica— de los vínculos cívicos. Pero, por otra, las interpretaciones dominantes de la crisis en el debate público parecen haber soterrado las re exiones sobre las transformaciones de dichos vínculos, sobre su impacto en nuestra vida en común y, fundamentalmente, sobre el tipo de respuestas necesarias para hacerlas frente.

A lo largo de las siguientes páginas, presentaré las principales claves que, a mi juicio, explican el impasse en el que nos encontramos. Para ello, comenzaré por per lar los fundamentos del modelo clásico de la ciudadanía para abordar, a continuación, los cambios que ha sufrido en las últimas tres décadas hasta llegar a la situación actual en la que parece prevalecer una concepción mercantilizada, fundamentada en la idea de ciudadano-cliente. Consideraré especialmente el modo en que el análisis sociopolítico ha respondido a los nuevos retos planteados por la magnitud de los cambios acaecidos en este periodo, contribuyendo a esta deriva de la ciudadanía pero esforzándose también por resistirse a la misma. Insistiré en que la pérdida de relevancia del análisis social en el debate público —especialmente patente en el caso español— es una de las razones que ayudan a

comprender los obstáculos para que emerjan temas clave para reconsiderar los fundamentos de nuestra vida en común, al tiempo que aumentan las di cultades para un diagnóstico certero de la realidad de la crisis y, por tanto, de sus consecuencias y de las vías para superarla.

LA PROMESA (INCUMPLIDA) DE LA CIUDADANÍA

La perspectiva sociológica de la ciudadanía de ende una concepción *sustantiva* de la misma, lo que signi ca admitir que esta trasciende un mero estatus individual atribuido a las personas por su pertenencia formal a una determinada comunidad política, y concretado en un conjunto especí co de derechos y obligaciones. Exige, pues, tomar en consideración las condiciones —económicas, sociales, políticas y culturales— que hacen posible su ejercicio real así como las capacidades necesarias para este; es decir, las *virtudes cívicas* y los aprendizajes de la ciudadanía. Pero, además de una mirada particular, el análisis social remite a un modelo concreto de ciudadanía que no es otro que aquel que sentó sus bases en Europa occidental en el periodo inmediatamente posterior al n de la Segunda Guerra Mundial. Se trata de la formulación clásica que surgió del particular pacto social que establecieron el keynesianismo en el plano económico y los distintos modelos del Estado de bienestar en el social. Un acuerdo esencial para comprender la cohesión y la paz social de los *treinta gloriosos años* en los que prevaleció (1945-1975), pero también para establecer una forma particular de entender las bases de la pertenencia y de la implicación de los ciudadanos en sus comunidades, jadas en un conjunto de derechos civiles, políticos y sociales bien de nido.

Los derechos sociales fueron, sin duda, el eje fundamental de este modelo. La ciudadanía social, entendida como el derecho a participar en el estándar de vida que prevalece en cada sociedad y en su herencia social, constituyó la gran conquista del siglo XX. En la formulación de T. H. Marshall (1998 [1950]), referencia obligada para dicha concepción, la puesta en práctica de los derechos sociales a través de la construcción de las instituciones y las políticas del Estado de bienestar haría posible resolver la contradicción entre capitalismo y democracia que había planteado Karl Marx. Solo así podrían atemperarse los elevados niveles de con icto social —la lucha de clases — que habían imperado en las sociedades avanzadas a lo largo de la primera mitad del siglo XX. En concreto, para Marshall el dilema a resolver era de nir los medios a través de los cuales los principios

igualitarios de la ciudadanía lograrían mitigar los efectos que provocan las inevitables desigualdades que genera el sistema capitalista. Se trataba, pues, de poner en práctica lo que, re riéndose al caso británico, Ken Loach denomina “el espíritu del 45”[45].

Hasta aquel momento, la tradición liberal-democrática había vinculado el desarrollo de la ciudadanía con el del Estado de derecho y las instituciones de la representación política. Pero, a partir de entonces, se estableció otro pilar clave: la asociación entre democracia y bienestar. Dicho vínculo conllevaba una primera promesa: hacer realidad la igualdad de los ciudadanos. Ello suponía, ante todo, que los ciudadanos son iguales porque, en tanto que sujetos de derechos civiles y políticos, estos les habilitan para participar en igualdad de condiciones en la selección de los gobernantes, en la toma de decisiones sobre asuntos que atañen al interés común y en la elaboración de las políticas públicas. Al tiempo, la igualdad implicaba que todos ellos eran bene ciarios potenciales de los servicios derivados de la realización de los derechos sociales. Pero existía otra segunda promesa implícita en esta concepción de ciudadanía: acabar con la desigualdad social, o al menos reducirla hasta límites socialmente aceptables, se convierte en el objetivo último de la labor estatal. Se de ende, pues, la existencia de un Estado interventor en distintas esferas de la vida pública, empeñado no solo en la búsqueda del aumento general del bienestar, sino también en la reducción de las desigualdades —sobre todo, aquellas de carácter socioeconómico— mediante la aplicación de principios redistributivos.

No es este el momento para considerar la disparidad de vías a través de las cuales se puso en práctica este modelo, ni tampoco para dar cuenta de sus limitaciones y evidentes contradicciones (Esping-Andersen, 1993). Es evidente que no puede negarse que existe una tensión permanente y no resuelta entre el ideal normativo de la ciudadanía y la realización del mismo en la práctica. Me interesa simplemente recordar que este fue el marco que permite entender la particular concepción de la naturaleza del ciudadano, de sus derechos y obligaciones, y que sobre él se articuló el consenso que prevaleció hasta nales de la década de los setenta. Se difundió, así, un tipo de narrativa que, aunque de evidente raíz socialdemócrata, permeó también buena parte del discurso político conservador europeo durante este periodo. El paradigma de un ciudadano —siempre enunciado en masculino— autónomo y trabajador, naturalmente interesado en los asuntos públicos, potencialmente activo en la esfera política y que no cuestiona las normas y valores de su comunidad de pertenencia operó como uno de los ejes fundamentales que guiaron el desarrollo de las democracias occidentales durante estos años, y sobre

el que se asentó su legitimidad. Además, bajo este modelo de ciudadanía yacía una concepción especí ca de la integración social [46].

A partir de los años ochenta, comenzaron a alzarse las voces que alertaban del agotamiento de este modelo y de la necesidad de repensar las bases de unos nuevos vínculos cívicos acordes con la realidad de las sociedades de nales del siglo XX. Lo interesante es advertir cómo a lo largo de casi veinte años —desde comienzos de los años ochenta hasta nales de siglo— coincidieron dos tipos de discursos. El primero de ellos se construyó a partir de la difusión de las tesis neoconservadoras acerca de la crisis del Estado de bienestar, que tenían como corolario un claro intento de rebatir la formulación clásica y de sentar las bases para un nuevo modelo de ciudadanía. Pero, al tiempo, surgieron toda otra serie de propuestas que también reconocían el agotamiento de este mismo paradigma, pero cuyos diagnósticos discrepaban de las propuestas neoliberales. También ellas se esforzaron por pensar en nuevas formulaciones que respondieran a las profundas transformaciones sociales pero, sobre todo, a su evidente complejidad y a los nuevos con ictos que las escuelas hasta entonces hegemónicas en el análisis sociopolítico parecían incapaces de explicar.

En consecuencia, nunca se habló tanto de ciudadanía como durante aquellos años en los que, con músicas y letras muy distintas, se proclamaba su crisis. Y seguramente nunca fueron más visibles en los debates públicos las aportaciones de una auténtica perspectiva sociológica. Porque entonces se produjeron avances claros para hacer realidad la propuesta de Marshall de pensar, y de realizar, una ciudadanía sustantiva. Fue, en suma, el momento en el que —en el seno del mundo académico pero también en el debate público — el argumento de la ciudadanía dejó de ser un campo casi exclusivo de juristas y lósofos de la política para situarse en un lugar relevante de las preocupaciones de los cientí cos sociales —muy particularmente de los sociólogos, antropólogos e historiadores— pero también de la clase política y de los especialistas en políticas públicas. Pero consideremos con mayor detalle algunas de estas polémicas puesto que ello nos permitirá comprender las razones por las que fue en aquel momento cuando comenzó a fraguarse un cambio importante del signi cado del concepto de ciudadanía.

El primer frente de la ofensiva contra el modelo clásico keynesiano de la ciudadanía provino, como no podía ser de otra forma, de los postulados neoconservadores que fueron difundiéndose desde la etapa de los gobiernos de Ronald Reagan en EE UU y de Margaret Thatcher en Reino Unido. Sus diagnósticos acerca de la crisis de los Estados de

bienestar, el consiguiente ataque a los derechos sociales y la a rmación de una concepción eminentemente individualista de la vida social —recordemos la famosa frase que pronunció Thatcher en 1987: “La sociedad no existe. Hay individuos, hombres y mujeres, y hay familias” [47]— rebatían la esencia de la ciudadanía social. El ataque de los neoliberales a los derechos sociales puede resumirse en las siguientes a rmaciones. Ante todo, dichos derechos son incompatibles con la libertad negativa y con la justicia basada en el mérito por lo que entran en con icto con el derecho a la propiedad y el respeto a las libertades individuales. Por otra parte, son económicamente ine cientes, lo que tiene como consecuencia que los estados se encuentren sumidos en una perpetua crisis scal. Además, los derechos sociales re ejan más los intereses de aquellos que poseen una mayor capacidad para organizarse; de aquí que representen los de los proveedores de servicios y no los de los consumidores. Finalmente, difunden una cultura de la dependencia entre los ciudadanos; es decir, los convierten en receptores pasivos de atención de un Estado paternalista e ine ciente (Kymlicka y Norman, 1997; Bellamy y Greenaway, 1995).

Los postulados neoconservadores comenzaron ya entonces a sentar las bases de una nueva concepción de ciudadanía neoliberal que ha ido progresando y difundiéndose hasta convertirse en la narración hegemónica en la actualidad. Se trata de un avance imparable y, a la vez, poco estridente, casi furtivo, en la medida en que no se puede a rmar que exista en sentido estricto un empeño visible por construir un modelo alternativo al clásico. Se produce más bien un cuestionamiento sistemático de sus fundamentos, al que se suma también la pérdida de relevancia del análisis sociopolítico clásico en favor de una interpretación economicista y, por tanto, necesariamente individualista de la vida social. Uno de los ejes de esta transformación es la constatación de los riesgos de convertir a los ciudadanos en consumidores voraces de unos bienes y servicios proporcionados por el Estado, sin ninguna contrapartida. A partir de ahí, se invierte el razonamiento clásico: con el n de acabar con esta cultura de la dependencia ciudadana —cuyas consecuencias más negativas se perciben entre los grupos más desfavorecidos — los individuos pasan a convertirse en los principales responsables de su bienestar personal y del de sus familias. De una ciudadanía basada en los derechos se pasa paulatinamente a poner el énfasis en las responsabilidades que esta entraña.

Como acabamos de advertir, este importante giro se basó en una concepción de la sociedad esencialmente individualista, pero supuso también la recuperación de los valores tradicionales propios de una visión conservadora de la vida social como fundamento del vivir

juntos ciudadano. Al tiempo, se hacía hincapié en que el mercado era el garante de la libertad y del bienestar individual y, en consecuencia, se defendía que la sociedad civil era el locus privilegiado de la implicación cívica. Esta nueva ciudadanía responsable se entiende, ante todo, como activa: se debe ampliar el poder de los ciudadanos en la elaboración de las políticas públicas, en la participación cívica y en el contexto de la gobernanza [48]. Se difundió así una concepción tecnocrática de la ciudadanía activa que pretendía responder a la creciente preocupación por la desafección política de las sociedades democráticas, una de las consecuencias negativas de la cultura de la dependencia creada por las políticas del bienestar.

La difusión de los postulados neoconservadores tuvo lugar en un entorno marcado por la quiebra de los dos principales paradigmas que habían dominado el análisis social desde la postguerra: el marxismo y el estructural funcionalismo. Las Ciencias Sociales se vieron obligadas a buscar nuevas bases para hacer frente al desconcierto que provocaban unos cambios inéditos, no percibidos ni pensados hasta entonces. En la exploración de otros marcos teóricos y conceptos que permitieran comprender los nuevos fundamentos, lógicas y contradicciones de la vida social, el argumento de la ciudadanía ocupó un lugar muy destacado. Hasta el punto de que, en este contexto aparentemente adverso, puede hablarse de un retorno de la ciudadanía a un primer plano[49].

Dicho resurgir, que algunos interpretan como el nacimiento de un nuevo campo de análisis tras un largo periodo de latencia (Somers, 2008), responde a que la concepción sociológica, sustantiva, de la ciudadanía parecía entonces especialmente apta para dar respuesta a este todo un conjunto de fenómenos desconcertantes. Retomar el concepto permitía integrar las exigencias de justicia, de derechos individuales y de pertenencia comunitaria; unas cuestiones que no solo enfrentaban entonces a los lósofos políticos liberales y a los comunitaristas (Walzer, 1990) sino que permeaban las demandas de un buen número de organizaciones y movimientos sociales, y también subyacían tras algunos de los principales con ictos del momento (Turner, 2001; Kymlicka y Norman, 1997; Pérez Ledesma, 2000).

Sin ánimo de ser exhaustiva, recordaré que fue en aquel momento cuando, tras el derrumbamiento del imperio soviético, resurgieron los movimientos y los con ictos nacionalistas en Europa del Este, algunos de ellos con formas de violencia que se creían superadas. Paralelamente, se constataba que, a lo largo y ancho del mundo, aumentaban los con ictos vinculados con las demandas de reconocimiento de las diferencias socioculturales, impulsados, entre

otros, por los movimientos indígenas, los nuevos feminismos, los movimientos de defensa de la libertad de opción sexual (LGTB), los movimientos de otro mundo es posible o las comunidades de inmigrantes. Durante aquellos años, todos ellos expresaron sus demandas con el lenguaje de los derechos de ciudadanía. A ello se sumaban unos patrones de inmigración y del trabajo migrante en el mercado global inéditos y sorprendentes, que provocaban la re exión acerca de la falta de adecuación de la vieja forma de concebir la integración en unas sociedades que había que reconocer como crecientemente diversas, multiculturales.

Junto a todo este conjunto de transformaciones globales, en el seno de los sistemas democráticos consolidados se percibían también algunas transformaciones signi cativas que afectaban a las bases convencionales de la ciudadanía. Me re ero concretamente a la inquietud que suscitaban ya entonces la progresiva apatía y distanciamiento de los ciudadanos de la vida política institucionalizada, así como la creciente fortaleza de nuevos actores políticos: movimientos sociales, asociaciones, ONG… La constatación de que se estaba conformando una nueva esfera de la política (Offe, 1988) fue paralela al reconocimiento de que la sociedad civil se convertía en un lugar destacado para la acción social democrática. Una tercera esfera, en palabras de Somers (2008), para unas nuevas prácticas de ciudadanía que se expresaban como derechos individuales, pero también como participación cívica, porque se inspiraban tanto en la tradición liberal como en la republicana. Pero junto a estos diagnósticos sobre las carencias de la concepción tradicional de una vida cívica con nada a los ámbitos y canales de la política institucional, el argumento de la ciudadanía se vio reforzado también por la percepción de que se estaban desarticulando las vías que hasta entonces de nían los procesos de integración social en las sociedades avanzadas. En especial, dos fueron los campos en los que dicho argumento parecía especialmente idóneo: la transformación del papel del trabajo como factor clave de la integración y, por tanto, de las identidades sociales (Alonso, 2007) y los procesos de transición de los jóvenes a la edad adulta (Jones y Wallace, 1992; Morán y Benedicto, 2000).

Pero si el análisis social recurrió a la ciudadanía para encontrar formas de responder a la creciente complejidad de las sociedades contemporáneas, la disolución de los espacios de la vida social in uyó de forma signi cativa en este giro. Me re ero, como no podría ser de otro modo, al impacto de la globalización en el proceso que algunos denominan la desterritorialización o postnacionalización de la ciudadanía (Sassen, 2003a y 2003b; Somers, 2008), que afecta tanto a

las prácticas e identidades cívicas como también a los discursos sobre los vínculos ciudadanos. Un fenómeno que aumentaba la tensión entre el estatus formal y el proyecto normativo de la ciudadanía.

¿CÓMO HABLAR DE CIUDADANÍA A FINALES DEL SIGLO XX?

Por tanto, fueron la suma de estos desconciertos, la convicción de que era necesario explorar nuevas perspectivas de análisis y emplear otros conceptos, la admisión de que todo este conjunto de cuestiones afectaba de forma directa a las bases de la vida en común y, además, un empeño explícito de dar una respuesta al declive del Estado de bienestar que hacía presagiar la creciente potencia de las tesis neoconservadoras de los que explican este *retorno de la ciudadanía a un primer plano* en el análisis sociológico de los últimos 15 años del siglo XX. Su punto de partida fue la revisión crítica del modelo clásico de Marshall, asociada también a la crisis de los postulados clásicos de la socialdemocracia europea [50]. A pesar de algunas debilidades e inconsistencias —sobre las que volveré más adelante— hay que reconocer que a lo largo de estos años la voz de los científicos sociales en defensa de una perspectiva sociopolítica de la ciudadanía logró trascender los estrechos círculos universitarios y de las revistas científicas para hacerse oír en el debate público. De forma quizá demasiado simplificada, podría decirse que, en medio de estas incertidumbres, persistía la convicción de que una mirada auténticamente sociológica era imprescindible para la resolución de los problemas sociales.

En todo caso, conviene recordar que dicho giro se benefició de toda una serie de aportaciones que se habían producido en las Ciencias Sociales a lo largo de las décadas anteriores. Para empezar, los argumentos sociológicos sobre la ciudadanía se remitieron a ciertas líneas de reflexión de la teoría política; en particular, a la renovación del *comunitarismo* y del republicanismo (Walzer, 1990) y a los primeros postulados de los defensores de la *democracia radical* (Mouffe, 1992, 1999). Por otra parte, recibieron la influencia de la sociología histórica comparada de la ciudadanía, marcada por el trabajo de algunos de los principales teóricos sobre el Estado de los años setenta-ochenta (Tilly, 1992; Mann, 1991). A partir de estas investigaciones pioneras, fueron decisivas las aportaciones de los trabajos sobre el desarrollo histórico de la ciudadanía en distintos estados, que prestaron atención a las singularidades de grupos tradicionalmente marginados de la ciudadanía (mujeres, niños, indígenas, pobres) [51]. Finalmente, no hay

que olvidar que, en este mismo periodo, cobraron importancia los análisis sociológicos que profundizaban en la relación entre la desigualdad social y la dominación cultural, y en su impacto en las formas más difundidas de exclusión social en las sociedades contemporáneas (Lamont y Fournier, 1992).

En consecuencia, bien puede a rmarse que, a lo largo de estos años, la perspectiva social fue capaz de proporcionar no solo claves para comprender los principales retos de las sociedades del momento sino, en lo que atañe al hilo central de mi exposición: respuestas signi cativas a los nuevos dilemas de la ciudadanía. A pesar de la diversidad de sus diagnósticos y pronósticos, existen tres puntos comunes entre ellas: hicieron hincapié en que era esencial considerar las nuevas bases de un *nosotros común* ciudadano que respondiera a la complejidad y diversidad de las sociedades de nales del siglo XX; defendieron que seguía siendo necesario mantener y profundizar una concepción de ciudadanía basada en el ejercicio real de los derechos tradicionalmente asociados a la misma, al tiempo que se preocuparon por los problemas que planteaba incorporar los derechos culturales y los de *cuarta*

*generación*n52; y, por último, ampliaron el concepto de participación política para incluir nuevas formas, espacios y actores de las prácticas de ciudadanía.

La posibilidad de pensar, y de implementar, una *ciudadanía de la diferencia* constituye, sin duda, una de sus contribuciones más relevantes. Su origen se encuentra en el pensamiento feminista y, más concretamente, en su profunda crítica del ideal de ciudadano universal (Siim, 2000; Lister, 2003) 53, que hunde sus raíces en las tesis sobre el patriarcado como forma de dominación clave para explicar la exclusión social de las mujeres (Pateman, 1995). Pero quizá su planteamiento más acabado, radical e in uyente se encuentre en la teoría de la justicia de I. M. Young (2000), en la que ataca la idea de *imparcialidad cívica* que subyace bajo la ciudadanía universal y propone la creación de instituciones que promuevan y respeten las diferencias sin contribuir a mantener y reproducir la dominación. A partir de las bases sentadas por el feminismo, la formulación más conocida de esta apuesta por superar el principio de igualdad universal de la ciudadanía clásica fue la *ciudadanía multicultural*. Sus argumentos desbordaron los análisis académicos, incorporándose a lo largo de los años noventa tanto al debate político como a la elaboración de las políticas públicas.

La *ciudadanía multicultural* se basa en el reconocimiento de que las

culturas constituyen uno de los principales factores de la desigualdad social y el con icto (Eder, 1992; Lamont y Fournier, 1992) y, por tanto, de la exclusión de ciertos grupos sociales de la ciudadanía plena. Sostiene que solo el reconocimiento de las culturas especí cas de los grupos sociales hace posible el desarrollo de la personalidad individual y, por consiguiente, de las identidades sociales. A partir de aquí, las propuestas más radicales niegan toda noción de universalismo y rechazan la neutralidad política de las concepciones liberal y socialdemócrata en relación con las minorías (Taylor, 1996). Las versiones más atemperadas tratan, por contra, de establecer vías de comunicación con el universalismo liberal, insistiendo en que es necesario complementar los derechos cívicos tradicionales con los de las minorías (Kymlicka, 1996). En cualquier caso, ambas interpretaciones a rman que el Estado no es culturalmente neutral, por lo que no puede aplicarse el postulado de la igualdad; al tiempo, insisten en el valor de la diversidad cultural en sí misma, que se corresponde con la realidad de las sociedades contemporáneas y favorece la integración social de todos sus miembros. Por ello, en ambos casos aunque con matices diversos, se propone la elaboración de *políticas de la diferencia* —o de *a rmación positiva*— que reconozcan dichas diferencias, tratando de forma desigual a quienes nunca pueden ser iguales. A lo largo de la década de los noventa e incluso en los primeros años del siglo XXI, fueron numerosos los países europeos y americanos en los que se elaboraron y pusieron en práctica este tipo de políticas con distintos grados de consenso y con resultados dispares [54].

El segundo conjunto de propuestas más potentes que trataron de responder entonces a los retos antes mencionados se centró en el impacto de la globalización en la ciudadanía. O, por plantearlo en otros términos, se trataba de entender su recomposición más allá de las fronteras estatales, de la pertenencia de nida por la nacionalidad y de la concepción de un Estado-nación garante del bienestar de sus miembros. También en este caso los trabajos buscaban responder al reto que planteaba el auge de las interpretaciones neoconservadoras. Porque no solo se trataba de considerar la creciente importancia de los actores globales en un mundo en el que parecían difuminarse a gran velocidad las fronteras estatales, sino de incorporar la preocupación por los efectos del neoliberalismo en el aumento de las contradicciones entre el capitalismo y la ciudadanía, a medida que aumentan los riesgos globales, disminuía la regulación de los actores claves del mundo global y se limitaba la capacidad de los estados para garantizar los derechos ciudadanos. Una vez más, las respuestas a estos interrogantes fueron plurales. Destaca, por un lado, un

movimiento desde los derechos de ciudadanía — limitados a quienes son reconocidos formalmente como miembros por los estados y, por tanto, inevitablemente excluyentes— a una concepción basada en los derechos humanos que apuntaría a la construcción de una *ciudadanía postnacional* de *personas universales*, todavía enraizada en el plano local pero que lo desborda (Soysal, 1994; Turner, 2002). Por otra parte, se comenzó a plantear que se estaba constituyendo una *ciudadanía cosmopolita* o *ciudadanía global* (Held, 2002), basada en la difusión de culturas y valores que trascienden las fronteras estatales y en el creciente peso de formas participativas de gobernanza más allá del Estado-nación55.

El impacto de todos estos debates, pero también la creciente in uencia de las tesis neoconservadoras, se hizo patente a mediados de los años noventa en el proyecto impulsado en el Reino Unido por Tony Blair para derrotar a los conservadores y, al tiempo, dar respuesta a las políticas im plementadas durante los más de quince años de gobierno de Margaret Thatcher y John Major. En 1994, se acuñó el término "nuevo laborismo" para designar el nuevo programa del partido, que rompía con el viejo socialismo laborista, con su estrecha relación con los sindicatos y con su rechazo a la economía de mercado. La propuesta incorporaba las tesis formuladas por el sociólogo Anthony Giddens en su conocida obra *La tercera vía* (1999), en las que el argumento de la ciudadanía jugaba un papel destacado. Tres son sus ideas centrales, concebidas como un camino intermedio entre el despiadado neoliberalismo *thatcherista* y el superado estatismo socialdemócrata. Ante todo, se aceptaba una economía mixta puesto que se defendía que un mercado libre garantiza tanto la e ciencia económica como la justicia social. A partir de ahí, se hacía hincapié en las responsabilidades de los ciudadanos — 56 *ningún derecho sin responsabilidad* (Giddens, 1999: 81)— por lo que se preconizaba una ciudadanía activa. Ello signi caba que los individuos solo disfrutarían de sus derechos a bene ciarse de los sistemas de bienestar en la medida en que reconocieran sus responsabilidades y pusieran en práctica sus obligaciones con respecto a la comunidad. De este modo, se ampliaban considerablemente las obligaciones cívicas básicas; en concreto, se insistía en la responsabilidad parental en las políticas familiares, educativas y de apoyo a la infancia, pero se incorporaba también el deber de contribuir a afrontar las conductas antisociales y delictivas, y los desórdenes públicos. Finalmente, se establecía el principio de colaboración asociativa *(partnership approach)* como medio de aumentar la participación activa de los ciudadanos, lo que haría posible implicar a un amplio número de personas en la formulación, diseño e implementación de las políticas públicas. En de nitiva, se estableció un *nuevo contractualismo* en el que la relación entre el Estado y el ciudadano —

especialmente en lo que se re ere a la provisión de prestaciones sociales— se reestructura por medio de un contrato en el que este último asume un conjunto notable de obligaciones [57]. Este nuevo *contrato ciudadano* marcó entre 1997 y 2010 las políticas sociales y de seguridad de los gobiernos laboristas presididos por Tony Blair y Gordon Brown [58].

LOS SÍNTOMAS DE AGOTAMIENTO DEL DEBATE

La *tercera vía* evidencia los cambios de signi cado que introdujo ya entonces la concepción neoliberal de los vínculos cívicos. Sin embargo, no puede negarse que, a lo largo de los años noventa, las Ciencias Sociales siguieron esforzándose por proporcionar respuestas a los retos que debía afrontar la ciudadanía. Como se ha apuntado en páginas anteriores, las distintas versiones de la *ciudadanía de la diferencia* o de la *ciudadanía global* buscaron las bases de un nuevo *nosotros común* ciudadano, trataron de responder a la amenaza de una crisis de legitimidad de las democracias consolidadas, se preocuparon por considerar el modo en que las transformaciones de la ciudadanía in uían en los procesos de integración social y, nalmente, propusieron políticas concretas que superaran estos problemas y avanzaran hacia nuevas formas de ciudadanía. En de nitiva, mantuvieron en el centro de su trabajo la relevancia de una perspectiva de análisis sociopolítica.

Sin embargo, las críticas a estas propuestas no provinieron solo del frente neoconservador sino que, en aquel mismo momento, comenzaron a alzarse voces que advertían de los peligros que se ocultaban bajo la aparente *explosión* de interés por la ciudadanía. Se subrayaron, por ejemplo, las consecuencias de dar por sentado que se podía operar con la analogía entre ciudadano y consumidor, reduciendo el concepto de libertad a la mera libertad de elección y concibiendo, así, la democracia como un *supermercado* (Norton, 1993). Paralelamente, se previno contra la despolitización de la ciudadanía que entrañaban estas nuevas propuestas, hasta el punto de reducirla a la simple urbanidad. El vocabulario de la ciudadanía y la cohesión social empezaba a reemplazar al viejo léxico de la clase social, la desigualdad y el con icto, sustituyendo así el lenguaje de los derechos políticos y sociales por el despolitizado de los derechos humanos, los derechos civiles individuales, la sociedad civil y las obligaciones voluntarias. Se mostraron también las repercusiones de los importantes procesos de fragmentación e individualización de las

identidades sociales en el modo en que se entendían las bases de pertenencia y las obligaciones cívicas hasta el punto de reconocer la emergencia de una *ciudadanía líquida* (Bauman, 2003). En la misma línea, ciertos estudios politológicos próximos al análisis pluralista se re rieron a la *ciudadanía* intermitente (Norris, 2002) o a la *ciudadanía de los estilos de vida* (Bennett, 2006) para dar cuenta de la disolución de las viejas lealtades ciudadanas a favor de formas más discontinuas y desideologizadas de poner en práctica los compromisos cívicos.

Pero quizá la crítica más radical provenga del *ciudadanismo*, término que cali ca esta deriva como una especie de *democraticismo* radical que propone realizar empíricamente el proyecto cultural de la modernidad en su dimensión política (Delgado, 2011). La democracia ya no se concibe como forma de gobierno sino como un modo de vida y de asociación ética que impulsan los movimientos de reforma ética del capitalismo. La ilusión *ciudadanista* genera una indudable despolitización del concepto y establece también nuevas formas de exclusión de los sectores considerados más inconvenientes para la sociedad.

En todo caso, si los quince últimos años del pasado siglo estuvieron marcados por la intensidad de estas discusiones, en los primeros años del actual se produjo una súbita interrupción de toda esta efervescencia. Comenzaron entonces los *malos tiempos para la ciudadanía* que se prolongan hasta el momento en que escribo; pero, sobre todo, la perspectiva del análisis sociopolítico pasó a ocupar un lugar muy marginal en los debates públicos. La expresión *el impacto del 11S en el pensamiento social* sintetiza las razones para este cambio y alude a las nuevas prioridades políticas y académicas de los cientí cos sociales. Considerar su alcance y su repercusión en la investigación sociopolítica excede el objetivo de estas páginas, pero conviene recordar dos hechos particularmente sobresalientes. El primero es lo que ha acabado denominándose la *securitización* del pensamiento social; un anglicismo con el que se alude a la creciente importancia que han adquirido las cuestiones vinculadas con la seguridad en todos los aspectos de la vida[59]. La posición hegemónica alcanzada por el pensamiento *securitario* ha afectado prácticamente a todos los campos de análisis social y explica, por ejemplo, el considerable desarrollo de una perspectiva criminológica en ámbitos como los análisis urbanos, los estudios del con icto social o la sociología de la desviación. En lo que respecta a la ciudadanía, ha afectado a la concepción de los derechos ciudadanos y, para algunos críticos, ha legitimado incluso un retroceso de dichos derechos y libertades.

En segundo lugar, las Ciencias Sociales se vieron obligadas a prestar atención al retorno de la religión a un primer plano de la vida pública,

a la *revancha de Dios* (Kepel, 1991); es decir, al auge de los movimientos fundamentalistas —en especial, los islámicos—, a su voluntad de ocupar un lugar destacado en la vida pública y a sus conexiones con el surgimiento de formas inéditas de con icto y de violencia. El giro *securitario* respondió también a este fenómeno y, en el campo de los estudios de ciudadanía, supuso el debilitamiento de las propuestas de la *ciudadanía de las diferencias* , muy en particular del multiculturalismo. En este contexto, una respuesta conciliadora ha abogado por una ciudadanía del *pluralismo cultural*, basada en una concepción de pluralismo interactivo que reconoce la existencia de grupos y culturas diferenciados, y que apuesta por cultivar su reconocimiento e interacción mutuos. Ello daría lugar al surgimiento de una macrocultura nueva y constantemente rede nida sobre la que puede asentarse una ciudadanía común, evitándose de este modo los peligros de la excesiva fragmentación que entrañaban las propuestas del multiculturalismo (Alexander, 2006).

Por último, en estos mismos años, se produjo también un cierto retroceso de las tesis que defendían la construcción de una *ciudadanía cosmopolita* o *global*. Dos fueron los principales argumentos que avalaron esta marcha atrás. Para empezar, se cuestionó la inevitable difusión de unos valores y virtudes cívicos cosmopolitas, resaltándose, por el contrario, la resistencia de las culturas políticas nacionales y defendiéndose también los bene cios de unos sistemas de valores locales y nacionales. Unos argumentos que encajaban bien con el cuestionamiento de las tesis sobre la pérdida de peso político de los estados nacionales. Por otra parte, empezaron a adquirir relevancia los planteamientos que insistían en que para responder al impacto de la globalización, y más concretamente al aumento de las desigualdades globales, era necesario ubicar el concepto de derechos humanos en el centro de una nueva concepción de la ciudadanía global. Se trata de un argumento que retomaré más adelante, pero en todo caso conviene adelantar que “los derechos humanos no son una política” (Gauchet, 1980) 60.

LA SINGULARIDAD DE LA CONTROVERSIA EN ESPAÑA

En España, los debates e investigaciones sobre cuestiones relacionadas con la ciudadanía poseen algunas particularidades que, sin duda, se explican por nuestra historia reciente así como por la de las Ciencias Sociales en nuestro país. Quizá lo más destacado sea constatar el

retraso con el que los círculos académicos, pero también los políticos y la opinión pública, recibieron estos argumentos y comenzaron a aplicarlos al análisis de la sociedad española. Al menos hasta los últimos años noventa, el vocabulario y los dilemas de la ciudadanía —en cualquiera de las versiones mencionadas en las páginas anteriores— no se incorporaron a los discursos de los principales actores políticos, ni tampoco suscitaron el interés de los investigadores. A partir de la certi cación de la consolidación de la democracia en España a mediados de los ochenta, tuvo lugar un cambio de los intereses y prioridades de los cientí cos sociales quienes, basándose en las certidumbres que proporcionaba una interpretación exitosa de nuestra transición política, se dedicaron en su gran mayoría a contribuir a la plena modernización social y política del país. A ello contribuyó la hegemonía que fue adquiriendo entonces la perspectiva de análisis económico en Sociología y el neoinstitucionalismo en Ciencia Política.

Pero desde hace algún tiempo se han ido publicando trabajos que ayudan a comprender los rasgos de la construcción de la ciudadanía democrática en España y, sobre todo, la sensación de agotamiento de un ciclo político que permea el debate político en nuestro país desde el inicio de la crisis. Para empezar, cabe recordar el escaso peso concedido por el sistema político español a la esfera de la participación ciudadana; ello explica nuestro particular sistema de partidos, el proceso de desmovilización que se prolongó hasta nales del siglo XX y el lento despertar de la sociedad civil. Por otra parte, es necesario considerar las particularidades de la construcción del Estado de bienestar en España, que los estudiosos cali can de asistencialista y con una escasa capacidad redistributiva, y la consiguiente debilidad de los derechos sociales (Rodríguez Cabrero, 2004; Del Pino *et al.*, 2013; Moreno, 2000). Finalmente, fue en estos años cuando se consolidó la *matriz cultural* de la democracia española, caracterizada por la fragilidad de los fundamentos del *nosotros común* ciudadano y por la debilidad de las bases, espacios y actores de la implicación cívica más allá de los partidos políticos (Benedicto, 2004; Morán, 2015).

Sin embargo, a nales de la década de los años noventa, se produjeron una serie de cambios que favorecieron retomar las re exiones de la década anterior. En mi opinión, la incorporación de la ciudadanía en el debate público español durante algo menos de una década —hasta el estallido de la crisis en el año 2007— respondió fundamentalmente a dos motivos. El primero de ellos fue constatar que se estaba formando una *España inmigrante* (Cachón, 2002), lo que implicaba no solo analizar cambios demográ cos o en el mercado de trabajo, sino también considerar cuestiones relacionadas con la

integración social, cultural y política de la creciente población de origen extranjero. De ahí que fuera conveniente recurrir a las aportaciones de los teóricos del multiculturalismo y de la ciudadanía global para analizar el impacto de este fenómeno y contribuir a diseñar nuevas políticas públicas (Zapata, 2005; De Lucas, 2007). En segundo lugar, el n de siglo marcó en España el inicio de la re exión sobre algunas de las consecuencias más negativas de la ya mencionada debilidad de los fundamentos del *nosotros común* ciudadano. En concreto, surgieron en aquel momento los primeros signos de que eran excesivamente elevados los costes de no haber considerado —o de haber cerrado en falso— algunos viejos con ictos que impedían unas identidades ciudadanas sólidas. Me re ero, sobre todo, a la incapacidad —o falta de voluntad— por abordar la construcción de un pasado común aceptable para todos, que exigía afrontar las memorias de la Guerra Civil y del franquismo, lo que contribuía a no aportar soluciones claras para el reconocimiento y la puesta en práctica de los derechos culturales en un Estado plurinacional.

Durante la segunda legislatura de Gobierno de José María Aznar (2000-2004), el PP intentó suscitar esta segunda cuestión planteando una interpretación conservadora del *patriotismo constitucional* de J. Habermas (1989). Sin embargo, el retorno de la ciudadanía a un primer plano se incorporó al centro del debate público desde el PSOE, y más concretamente de la mano de José Luis Rodríguez Zapatero. Durante el XXXV Congreso del Partido Socialista, celebrado en el año 2000, el entonces candidato a la secretaría general lideró una propuesta de renovación ideológica, denominada *nueva vía*. El programa se inspiraba directamente en la *tercera vía* del laborismo británico que, como hemos visto, proponía rede nir las relaciones entre el Estado y los ciudadanos basándose en criterios de pragmatismo y e ciencia, lo que le alejaba del modelo socialdemócrata tradicional representado entonces, entre otros, por el primer ministro socialista francés Lionel Jospin.

En todo caso, la primera legislatura de Zapatero (2004-2008) se caracterizó por la representación pública de este nuevo discurso sobre la ciudadanía, y por la puesta en práctica de un programa reformista dirigido, fundamentalmente, a profundizar en los derechos civiles, pero también en algunos derechos sociales. Así, en 2005 se inició el proceso de regularización de la población inmigrante, y se aprobaron la Ley de matrimonio entre personas del mismo sexo (2005); una nueva Ley de educación que incorporaba la Educación para la ciudadanía (LOE, 2006); la Ley de promoción de la autonomía personal y atención a las personas en situación de dependencia (2006); la Ley de igualdad efectiva entre hombres y mujeres (2007), y la Ley de la memoria histórica (2007). La redacción y aprobación de

todas y cada una de estas leyes generó niveles considerables de con icto, lo que contribuyó a que —a pesar de la impronta neoconservadora de la gran mayoría de ellas— los discursos sobre los vínculos cívicos ocuparan el centro de un debate público en el que la perspectiva sociopolítica seguía considerándose signi cativa. No obstante, durante la segunda legislatura socialista (2008-2011), todos estos discursos se vieron truncados por el devastador impacto de la crisis y el resurgimiento del con icto territorial.

LAS DIFICULTADES PARA CONSTRUIR 'CONTRANARRATIVAS' EN EL CONTEXTO DE LA CRISIS

A lo largo de las páginas anteriores he planteado cómo desde mediados de los años ochenta, pese al incesante avance de la concepción neoliberal de las relaciones entre el Estado y los ciudadanos, las Ciencias Sociales, y en particular la Sociología, siguieron jugando un papel apreciable en los diagnósticos y pronósticos sobre las bases de la pertenencia, los derechos y obligaciones, y las formas de implicación ciudadanas en la comunidad política. Sin duda, se ha producido un movimiento hacia la despolitización y la individualización de los vínculos cívicos, y hacia una rede nición del equilibrio entre derechos y obligaciones; unos giros a los ha contribuido el análisis sociológico. Pero, aun así, también es cierto que, en aquellos años de efervescencia y también de desconcierto, hubo espacio para la resistencia y para avanzar en líneas innovadoras de re exión y de investigación. Porque, entonces, todavía podía alzarse la voz para a rmar que *otro mundo es posible*.

El estallido de lo que en un primer momento se de nió como una crisis nanciera, su larguísima duración —casi una década en el momento en que escribo— y sus devastadores efectos han sumido al análisis social en una situación de parálisis. Un letargo que parece certi car la victoria de nitiva de una interpretación economicista de la vida social —de un *pensamiento único* — paralela a la desaparición de la voz de buena parte de las Ciencias Sociales de los debates públicos. En este último apartado me esforzaré por mostrar que la pérdida de relevancia de las cuestiones que suscitaban tanto la narrativa clásica de la ciudadanía como sus críticas impide un diagnóstico adecuado de la crisis, di culta evaluar sus efectos reales y entorpece pensar en vías para salir de ella. Es decir, imposibilita reconocer que nos hallamos sumidos en una crisis económica, ciertamente, pero también política y

social; en suma, en una auténtica crisis sistémica. Y ello es así porque, en mi opinión, uno de sus principales efectos ha sido culminar un proceso de destrucción del "delicado equilibrio de poder entre Estado, mercado y ciudadanos" (Somers, 2008: 1) sobre el que se basa el tipo ideal del régimen democrático de la ciudadanía socialmente incluyente[61].

Lo paradójico es que existen muchos indicios para sostener que, en torno a la crisis, han cristalizado los cuestionamientos de las viejas certidumbres sobre los fundamentos de nuestra vida en común. La difusión a lo largo y ancho del mundo de demandas a favor de una regeneración de la vida política democrática, o que de enden cambios profundos del modelo productivo — indignados del 15M, Occupy Wall Street, *altermundistas*…— parecía inaugurar una nueva era de movilización colectiva, aunque fuera *postpolítica*, como la denomina M. Delgado (2011), o *de las emociones*, como pre eren caracterizarla otros autores (Perugorría y Tejerina, 2013; Jasper, 2011). Al mismo tiempo, algunos fenómenos inquietantes revelan también la urgencia de volver a retomar la re exión sobre la ciudadanía. Entre otros, pueden mencionarse el incesante aumento de la distancia que establecen los ciudadanos con la política institucional en las democracias más asentadas, la percepción de una corrupción política generalizada — particularmente relevante en el caso español—, o la fortaleza de movimientos populistas extremadamente conservadores que manejan un discurso claramente xenófobo en Europa o EE UU. Y, sin embargo, no solo la narrativa dominante sigue siendo la económica sino que, además, incluso los movimientos de resistencia y de protesta parecen tener serias di cultades para construir *contranarrativas* e incorporarlas a los debates públicos. Expondré brevemente algunas de las causas de este bloqueo.

Conviene comenzar reconociendo el profundo impacto que ha tenido en toda Europa, aunque con ritmos y singularidades distintas según los países, el sostenido avance de las tesis neoconservadoras en las políticas sociales, pero también en algunas dimensiones de las culturas políticas. A estas alturas, existen numerosas pruebas de la erosión de la ciudadanía clásica tanto en lo que respecta al Estado de derecho —como consecuencia del impacto del giro *securitario* en los derechos y libertades individuales— como en la ciudadanía social. Ya no se puede sostener que se mantenga el *pacto social* entre los ciudadanos y un Estado garante de la ciudadanía sustantiva por medio del diseño y puesta en práctica de políticas que hagan efectivo el principio de igualdad y eleven los niveles de bienestar.

Uno de los aspectos más perturbadores de la profundidad de estos

cambios se encuentra en el modo en que los presupuestos básicos de la nueva *ciudadanía contractual* se han incorporado a las culturas políticas; es decir, a las representaciones compartidas acerca del tipo de relaciones que se deben establecer entre los ciudadanos y la esfera estatal. En opinión de algunos autores (Schnapper, 2007; Dubet, 2006, 2010) es precisamente en el ámbito de la concepción de los valores cívicos en el que se percibe cómo se está produciendo la desarticulación de los mecanismos tradicionales de la reproducción y la integración sociales. Posiblemente, los dos principales indicadores de este fenómeno sean la individualización de la concepción del vínculo cívico y la extensión del principio meritocrático como fundamento del disfrute de los bienes y servicios sociales. Los resultados de dos investigaciones recientes sobre el caso español en las que he participado[62] constatan la pérdida de la relevancia que atribuyen los españoles al principio de redistribución en la política scal, pero también en ciertas políticas sociales (rentas mínimas, becas, vivienda…). Paralelamente, se extienden ciertos *criterios de diferenciación* que, aunque no sustituyen, sí matizan el viejo principio de la igualdad en tanto que lo complementan con criterios de mérito y de pertenencia. De esta forma, la universalidad de los servicios de bienestar pierde peso en favor de una concepción de protección frente a la exclusión de aquellos colectivos identi cados como potencialmente marginados o *en situación de riesgo*. Paralelamente, salvo por un núcleo muy reducido de derechos que se considera fundamental —entre los que destaca el derecho a la sanidad—, se atribuye a los ciudadanos una responsabilidad individual para solucionar sus propios problemas y, por lo tanto, se justi ca también individualmente sus fracasos en lograrlo[63].

El triunfo de esta *ciudadanía contractualizada* se ha producido por la con uencia de importantes cambios que ha causado el triunfo del fundamentalismo del mercado, los ataques a un Estado fuerte e interventor y el crecimiento del Estado *securitario*. Pero me interesa más destacar que también ha sido consecuencia de un profundo cambio ideológico que ha impuesto, empleando el término acuñado por Margaret Somers, un *régimen ideacional* muy particular; es decir, una narrativa hegemónica que ha llegado a naturalizarse, a darse por sentada en nuestra cultura política y que enmarca el debate público[64]. Trabajar con este concepto ayuda a entender la fuerza y, al mismo tiempo la debilidad de la *ciudadanía contractual*. Porque esta se construye, sobre todo, como una narrativa, no como una realidad empíricamente viable, en la medida en que su principal fundamento —la libertad plena de mercado— choca con la evidencia de unas sociedades regidas por unas instituciones sociales y políticas que incorporan la

desigualdad a nuestras relaciones con el mercado. Pero ello no ha impedido su triunfo porque: "La libertad impulsada por el mercado puede ser solo una ilusión, pero esto no importa. En tanto que visión amplia, ha conquistado el imaginario social" (Somers, 2008: 4) 65.

El verdadero éxito del movimiento neoconservador a lo largo de los últimos treinta y cinco años ha sido lograr imponer una narrativa única que reduce la relación entre ciudadano y Estado a un contrato y, por tanto, desplaza a un lugar secundario la ética de la inclusión, la pertenencia, la solidaridad y el igualitarismo de la sociedad civil. Socava, así, las principales *virtudes cívicas* del modelo clásico, sin sustituirlas por otras alternativas. Y, como ya he mencionado con anterioridad, ello desestabiliza el delicado equilibrio entre Estado, mercado y sociedad civil que prometía el ideal de una ciudadanía socialmente inclusiva.

El principal efecto de este *régimen ideacional* es que establece los límites de los argumentos que pueden incorporarse a los debates públicos; de ne lo decible y lo inefable. Y al hacerlo, excluye de forma taxativa la perspectiva y las herramientas conceptuales del análisis sociopolítico. El enfoque estructural, la búsqueda de las bases sociales y políticas de los problemas sociales, se sustituye por argumentos de carácter económico y psicológico. Así por ejemplo, la pobreza o la exclusión social no se formulan ya con los conceptos de la desigualdad o del con icto social sino en términos del carácter moral individual de las personas (indolencia, irresponsabilidad, enfermedad mental, dependencia…). En consecuencia, se construyen y difunden unas narrativas que corroen los principios de una ciudadanía inclusiva puesto que legitiman la desigualdad social.

No es de extrañar, por tanto, que la Sociología haya desaparecido prácticamente del discurso público, salvo aquella que acepta un modelo simpli cado de sociedad basada en el mercado. Tampoco debe sorprender que, incluso en la comunicación institucional, el lenguaje de la ciudadanía haya sido sustituido por el del cliente, en el que priman los valores de la e ciencia y en el que la relación entre las instituciones y los ciudadanos se formula, desde arriba, como rendimiento de cuentas y, desde abajo, como buzón de quejas de los consumidores. Ni tampoco puede desconcertarnos que los discursos sobre la política parezcan reducirse al análisis de una partida de ajedrez —o de trileros— guiada por la lógica de maximización de bene cios y disminución de costes de los jugadores. Pero lo que sí debe preocuparnos es que, en este contexto, hayan aumentado tanto las di cultades de los actores emergentes para construir relatos alternativos, auténticas *contranarrativas*, de la ciudadanía.

En España concretamente, el innegable aumento de la movilización social en el contexto de la crisis, junto con la existencia de algunos cambios signi cativos en las culturas políticas 66, no parece haber originado discursos innovadores entre los actores emergentes. Asistimos simplemente a un esfuerzo por recuperar ciertos elementos del viejo paradigma de la ciudadanía *marshalliana* , que se incorporan a unos discursos aderezados con algunos matices tomados del ecologismo, del lenguaje de los derechos humanos o de las experiencias de democracia participativa. Pero, al menos en nuestro país, la sensación difusa de una crisis sistémica no ha logrado generar, ni en la esfera pública ni en la académica, un germen de *contranarrativa fuerte* que permita disputar la hegemonía a la de relato contractual que, a estas alturas, ha demostrado ser totalmente inadecuado para sentar las bases de una vida en común auténticamente humana. Posiblemente, recuperando las advertencias de autores como Delgado (2011) y Somers (2008), la única manera de avanzar en esta dirección sea apostar por una nueva politización de la ciudadanía, lo que signi caría volver a poner el énfasis en los derechos. Porque, al n y al cabo: "La ciudadanía es 'el derecho a tener derechos'" (Somers, 2008, p. XIV).

BIBLIOGRAFÍA

ALEXANDER, J. C. (2006): "Integration between difference and solidarity", *The civil sphere*, Oxford, Oxford University Press.

ALONSO, L. E. (2007): *La crisis de la ciudadanía laboral*, Barcelona, Anthropos. BANTING, K. y KYMLICKA, W. (2003): "Multiculturalism and Welfare", *Dissent*, otoño, pp. 59-66. BAUMAN, Z. (2003): *Modernidad líquida*, México, FCE. BELLAMY, R. y GREENAWAY, J. (1995): "The new right conception of citizenship and the citizen's charter", *Government and Opposition,* 30(4), pp. 469-491.

BENEDICTO, J. (2004): "Cultural structures and political life: The cultural matrix of democracy in Spain", *Europan Journal of Political Research*, vol. 43(3), pp. 287-307.

— *et al.* (2014): *Transitar a la intemperie. Jóvenes en busca de integración*, Colección Estudios, Madrid, INJUVE.

BENNETT, W. L. (2006): "Branded Political Communication: Lifestyle Politics, Logo Campaigns, and the Rise of Global Citizenship", en M. Micheletti, A. Follesdal y D. Stolle. (eds.): *Politics, Products and*

Markets , New Brunswick y Londres, Transaction Publishers, pp. 101-126.

CACHÓN, L. (2002): "La formación de la 'España inmigrante': Mercado y ciudadanía", *Revista Española*

de Investigaciones Sociológicas, vol. 97, pp. 95-126.

De Lucas, J. (2007): “Integración política, participación y ciudadanía: un balance”, *Entelequia*, pp.

271-282.

Del Pino, E. *et al.* (2013): *Los Estados del Bienestar en la encrucijada*, Madrid, Tecnos. Delgado, M. (2011): *El espacio público como ideología*, Barcelona, Anagrama. Dobson, A. (2003): *Citizenship and the environment*, Oxford, Oxford University Press. Dubet, F. (2006): *El declive de la institución: profesiones, sujetos e individuos en la modernidad,*

Barcelona, Gedisa.

— (2010): *Les places et les chances. Repenser la justice sociale*, París, Seuil. Eder, K. (1992): “Il paradosso della cultura. Oltre una teoria della cultura come fattore consensuale”, *Fenomenologia e Società*, 2, pp 17-41.

Esping-Andersen, G. (1993): *Los tres mundos del Estado de Bienestar*, Valencia, Edicions Alfons el Magnanim.

— (2000): *Fundamentos sociales de las economías postindustriales*, Barcelona, Ariel. Furlong, A. y Cartmel, F. (1997): *Young People and Social Change*, Buckingham, Open University Press.

Garland, D. (2005): *La cultura del control*, Barcelona, Gedisa. Gauchet, M. (1980): “Les droits de l’homme ne sont pas une politique”, *Le Débat*, 3, pp. 3-21. Giddens, A. (1997): *Consecuencias de la modernidad*, Madrid, Alianza. — (1999): *La tercera vía: la renovación de la socialdemocracia*, Madrid, Taurus. Habermas, J. (1989): *Identidades nacionales y postnacionales*, Madrid, Tecnos. Held, D. (2002): *La democracia y el orden global: del estado modern al gobierno cosmopolita*, Barcelona, Paidós.

Jasper, J. M. (2011): “Emotions and Social Movements: Twenty Years of Theory and Research”, *Annual*

Review of Sociology, vol. 37, (14), pp. 1-19.

Jones, G. y Wallace, C. (1992): *Youth, Family and Citizenship*, Buckingham, Open Unversity Press. Kepel, G. (1991): *La revancha de Dios*, Madrid, Anaya & Mario Muchnik. Kymlicka, W. (1996): *Ciudadanía multicultural*, Barcelona, Paidós. Kymlicka, W. y Norman, W. (1997): “El retorno del ciudadano.Una revisión de la producción reciente en teoría de la ciudadanía”, *La Política*, 3, pp. 5-39.

Lamont, M. y Fournier, M. (1992): *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of*

Inequality , Chicago, University of Chicago Press.

Lister, R. (2002): *Fostering Social Cohesion*, Working Paper nº5, Chaire de Recherche du Canada en Citoyenneté et Gouvernance, Université de Montréal. (http://www.cccg.umontreal.ca/pdf/wp5.pdf).

— (2003): *Citizenship: Femminist Perspectives*, Nueva York, New York University Press. — *et. al* (2003): “Young people talk about citizenship: empirical perspectives on theoretical and political debates”, *Citizenship Studies*, vol. 7 (2), pp. 235-253.

Mann, M. (1991): *Las fuentes del poder social I*, Madrid, Alianza. Marshall, T. H. (1998): *Ciudadanía y clase social*, Madrid, Alianza. Morán, M. L. (2015): “La consolidación de la ‘matriz cultural’ de la democracia en España (1982-1996)”, en M. Pérez Ledesma e I. Saz (coords.), *Historia de las culturas políticas en España y América*

Latina. Del franquismo a la democracia (1936-2013), vol. IV, Madrid y Zaragoza, Marcial Pons Historia/ Prensa de la Universidad de Zaragoza, pp. 111-140.

MORÁN, M. L. y BENEDICTO, J. (2000): *Jóvenes y ciudadanos*, INJUVE, Madrid. MORENO, L. (2000). *Ciudadanos precarios: la última red de protección social,* Barcelona, Ariel. MORO, G. (2002). "The citizen's side of governance", *The Journal of Corporate Citizensip*, 7, pp. 18-30. MOUFFE, C. (1999): *El retorno de lo político*, Barcelona, Paidós. — *et al.* (1992): *Dimensions of Radical Democracy: Pluralism, Citenship, Community*, Londres, Verso. NORRIS, P. (2002): *Democratic Phoenix. Reinventing Political Activism*, Cambridge, Cambridge University Press.

NORTON, A. (1993: *Republic of Signs*, Chicago, University of Chicago Press. OFFE, C. (1988): *Partidos políticos y nuevos movimientos sociales*, Madrid, Sistema. PATEMAN, C. (1995): *El contrato sexual*, Barcelona, Anthropos. PÉREZ LEDESMA, M. (2000): "Ciudadanos y ciudadanía: un análisis introductorio", en M. Pérez Ledesma (ed.), *Ciudadanía y democracia*, Madrid, Ed. Pablo Iglesias, pp. 1-35.

— *et al.* (2008): *Historia de la ciudadanía en España*, Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

PERUGORRÍA, I. y TEJERINA, B. (2013): "Politics of the encounter: Cognition, emotions, and networks in the Spanish 15M", *Current Sociology*, vol. 61(4), pp. 424-442.

PHILLIPS, A. (1991): *Engendering Democracy*, Londres, Polity Press. — (1999): "La política de la presencia: la reforma de la representación política", en S. García y S.

Lukes (eds.), *Ciudadanía: justicia social, identidad y participación*, Madrid, Siglo XXI, pp. 235-256.

PROCACCI, G. (2010): "New challenges to citizenship", en P. Baert *et al.*, *Con ict, Citizenship and Civil*

Society, Londres y Nueva York, Routledge.

RODRÍGUEZ CABRERO, G. (2004): *El Estado de bienestar en España: debates, desarrollos y retos*, Madrid, Fundamentos.

SARTORI, G. (2001): *La sociedad multiétnica: pluralismo, multiculturalismo y extranjeros*, Madrid, Taurus.

SASSEN, S. (2003a): *Contrageografías de la globalización*, Madrid, Tra cantes de Sueños. — (2003b): "The repositioning of citizenship", *The New Centennial Review*, vol. 3(2), pp. 41-66. SCHNAPPER, D. (2007): *Qu'est-ce-que l'integration?*, París, Gallimard. SIIM, B. (2000): *Gender and Citizenship*, Cambridge, Cambridge University Press. SOMERS, M. (1999): "La ciudadanía y el lugar de la esfera pública: un enfoque histórico", en S. Lukes y S. García, *Ciudadanía, justicia social, identidad y participación*, Madrid, Siglo XXI, pp. 217-234.

— (2008): *Genealogies of Citizenship: markets, statelessness, and the right to have rights*, Cambridge, Cambridge University Press.

SOYSAL, Y. (1994). *Limits of citizenship. Migrants and postnational citizenship in Europe*, Chicago, The University of Chicago Press.

TAYLOR, C. (1996): "¿Qué principio de identidad colectiva?", *La Política*, 3, pp. 133-138. TILLY, C. (1992): *Coerción, capital y los estados europeos, 990-1990*, Madrid, Alianza. TURNER, B. (2001): "The erosion of citizenship", *British Journal of Sociology*, vol. 52(2), pp. 189-209. — (2002): "Cosmopolitan virtue. Globalization and patriotism", *Theory, Culture and Society*, vol. 19(1-2), pp. 45-63.

WACQUANT, L. (2010): *Castigar a los pobres. El gobierno neoliberal de la inseguridad social*, Barcelona, Gedisa.

WALZER, M. (1990): "The communitarian critique of liberalism", *Political Theory*, vol. 18(1), pp. 6-23. YOUNG, I. M. (2000): *La justicia y la política de la diferencia*, Madrid, Cátedra. ZAPATA, R. (2005): "Interpretando el proceso de multiculturalidad en España y la propuesta de ciudadanía cívica de la UE", *Arbor*, pp. 101-114.

CAPÍTULO 9

ECONOMÍA, DESAFECCIÓN Y AGENDAS: ECONOMISTAS Y SOCIÓLOGOS AL OTRO LADO DEL ESPEJO

FERMÍN BOUZA

LA EXPLICACIÓN AL OTRO LADO DE ESPEJO

Lo que para Alicia era la aventura singular de una niña sgona e inquieta, como ella misma, dispuesta a cruzar el espejo y conocer aquel mundo que escondía, para un economista y un sociólogo es el intento desesperado de encontrar alguna explicación al mundo en el que viven y por el que les pagan para explicárselo a otros desde dos puntos de vista, uno claro y conciso, el de la economía, que conoce el economista, y otro nebuloso e impreciso, el de la conducta en sociedad de un animal llamado hombre y a cuya especie pertenecen el economista y el sociólogo, y era este último el que conocía de estas cosas.

Una tarde de crisis cargada de miradas contra los conocedores (*connaisseurs*, propiamente: expertos) de cualquier clase, una triste tarde de crisis en la que ni el economista ni el sociólogo tenían nada nuevo que decir, pensaron ambos en traspasar la barrera de vidrio y azogue que los separaba del misterio y cruzar el espejo. ¿Qué misterio? Quizá es preciso detenerse en esta pregunta, pues el misterio es misterio según para quién y no todos nosotros aceptamos como misterioso un pedazo de vidrio tratado con algunos metales que lo opacan y construyen la imagen del que lo mira. Lo que un espejo tiene de misterioso es el misterio mismo de la ciencia social: nos vemos proyectados o re ejados en otros seres humanos, pero no podemos atravesarlos, de la misma manera que no podemos cruzar los espejos. Ya ven, idéntico.

Un espejo es la ciencia social y es también el objeto de esa ciencia, el hombre mismo: ciencia y objeto a un tiempo. Lo vamos a cruzar con el economista y el sociólogo. Nos acompañará también mi perra Nefertiti, tan sensitiva. Pero antes hay que hablar del misterio: un lugar mental o físico del que no tenemos la llave ni sabemos otra forma de entrar. El mundo al otro lado del espejo es un misterio, Alicia lo sabía y le bastó su voluntad y su decisión para entrar en él. Vamos a probar con similar armamento una vez que hayamos aclarado cuál es el problema exactamente. Un problema es un misterio abierto o evidente. Economistas y sociólogos trabajan sobre misterios abiertos y evidentes.

¿DE QUÉ MISTERIO HABLAMOS?

Tendría que hablar algo de mí mismo para entenderme y que ustedes también me entiendan mejor. Lo haré, traten de disculparme. El economista y el sociólogo comparten misterio porque son dos “cientí cos sociales”. Yo creo en la ciencia social. Soy profesor de Sociología, pero me licencié en Psicología y Filosofía, en absoluto ambos estudios lejanos a la ciencia social, pero no exactamente coincidentes tampoco. Antes había hecho algunos estudios de Matemáticas y de Física, poca cosa, pero lo su ciente como para entender que aquellas llamadas ciencias sociales eran algo problemáticas a los ojos del pueblo llano y de un cientí co natural, temible alianza de pragmáticos o vulgares observadores a cuyos ojos la ciencia social es poco más que política encubierta, o literatura o religión sin nombre. Cuando hablo de misterio me re ero a las razones de la conducta humana, tanto las razones de la conducta económica (del *homo economicus* perfecto y de sus variantes humanas demasiado humanas) como de cualquier otra conducta en el sentido en el que la palabra “conducta” tiene generalmente en Psicología. ¿Quién explica mejor la conducta socioeconómica del ser humano?

Si las profesiones de sociólogo y economista deben competir es necesario clari car sus objetivos, y eso es mejor hacerlo con ejemplos sacados de la propia vida profesional, en este caso de un sociólogo, como es mi caso, y de las evaluaciones que debo hacer con aspectos económicos y puramente sociales de la conducta humana. En realidad, el corte entre sociología y economía es intencional y busca multiplicar la e ciencia de los "conocedores", los expertos. La cuestión es si estos cortes decimonónicos sobre el continuo cientí co para establecer profesiones y profesionales más e cientes han creado, efectivamente, profesionales y profesiones más e cientes. La respuesta solo puede atenerse a una lógica difusa y desde ahí habría que ver en qué campos la división cientí co—profesional ha sido más e ciente. No en el económico, me atrevo a adelantar o a sugerir.

AL OTRO LADO DEL ESPEJO: LA AGENDA MEDIÁTICA Ya estamos caminando a través del espejo, con el suelo ajedrezado y las piezas inmóviles esperando un sujeto que les dé vida. La Reina Roja y la Reina Blanca nos miran desde sus espacios de reinas competitivas. Probablemente son las ciencias naturales. Podríamos decirles que a ellas también se les caen los aviones y se les hunden los barcos. Podríamos decirles muchas cosas, pero tampoco vamos a entretenernos en lo que fue, es y será una típica y aburrida batalla académica en la que unos y otros templan sus armas para la lucha nal, que nunca llega.

También las agendas mediáticas están sobre el tablero que ocupa todo el suelo de la casa, la rara casa como para enanitos, al lado de un río, quizá el Miño de mi infancia, una casa desde cuyas ventanas se ven uvas, peones de ajedrez, caballos, al les, fresas blancas y rojas, y el ruido del río y el olor del humo de la madera quemada, el verde de las orillas, los peces saltando. Las agendas citadas nos echan encima unos sacos de noticias y opiniones, y mi compañero el economista se ahoga y pide que le saquen de encima a la Realidad, que a él le llega con sus números. Yo casi también, pero aguanto un poco. Los sociólogos estamos más hechos a las caras y a las opiniones de la gente.

La agenda mediática la llenan los políticos de sus cosas, que ahora ya no son las nuestras, o casi no son las nuestras. Y es a través de los medios de comunicación como economistas y sociólogos sabemos algo de la gente, nuestras víctimas o bene ciarios (vaya eligiendo sitio en la barricada). Una buena parte de los temas de la agenda de los medios se trans eren a la agenda pública.

Operativamente, la agenda pública es la contestación a la pregunta que sigue, según el modelo del CIS: "¿Cuál es, a su juicio, el principal problema que existe actualmente en España? ¿Y el segundo? ¿Y el tercero? (respuesta múltiple)". Es una pregunta original de Gallup en los inicios del siglo XX y se la conoce como la MIP, *the most important problem*. Una buena parte de los temas mediáticos se trans eren a esa agenda y sus resultados son porcentajes de referencia a un tema, ya sea por persona o por respuesta.

De nitivamente, a través del espejo se pasa a otro mundo explicativo, aunque aún no hemos entrado en materia. El famoso Sombrerero Loco se acerca a Alicia, que va muy callada, y le pide, por dios, que lo de enda de los medios, que difunden que está loco. Alicia lo arropa y siguen ambos detrás de nosotros, como si nos respetaran. Y es entonces cuando la Reina Blanca se mueve de su sitio y me entrega un papel. Veamos.

LA AGENDA PÚBLICA, EL SECRETO DE LA REINA BLANCA Me ha dado un grá co con líneas de temas de la agenda pública: son los cuatro más importantes. Dos son temas económicos, el paro y los así llamados problemas económicos. Otros dos son temas sociopolíticos: la corrupción y el fraude y la desafección política. En la mayoría de los países los dos temas económicos se unen en uno, pero aquí suelen desagregarse dada la importancia especial del paro.

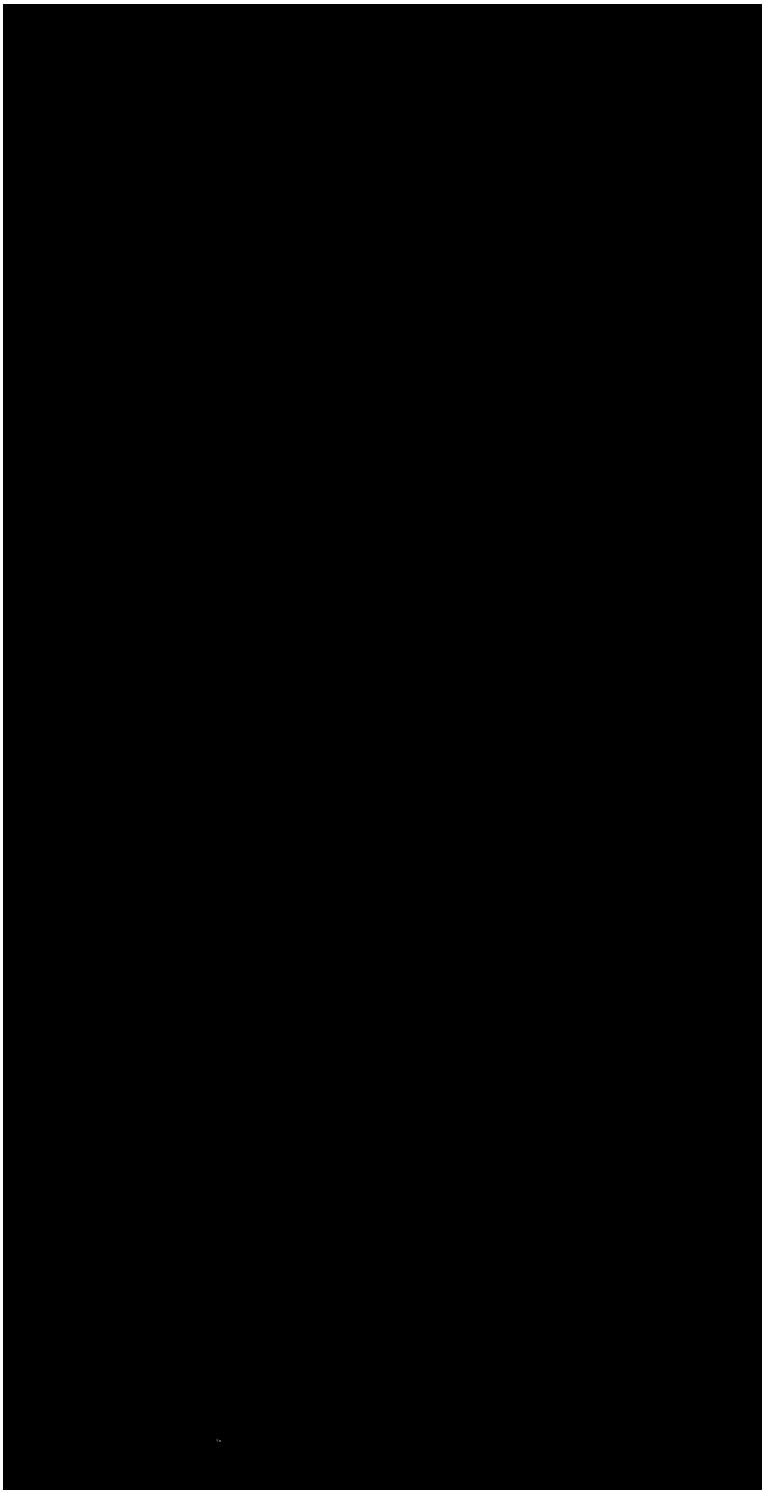
Vamos a mirar este documento grá co, regalo de la Reina Blanca, que tiene todos los poderes del trasmundo especular y que cuando nos lo ha traído seguro que es por causa cientí ca grave.

Observen en el grá co 1 cómo los dos temas económicos (en líneas de puntos) están muy por encima durante muchos años de los dos temas sociopolíticos: *Primer mensaje de la Reina Blanca:* Desde enero de 2007 hasta diciembre de 2015, que son las cotas temporales del grá co, la evolución del paro fue creciente, lo mismo, en parte, que los problemas económicos, que van cediendo terreno desde nales de 2011. Desde esta primera observación, que otorga ventaja a la relevancia para el Estado (en la conciencia ciudadana) de la prioridad de lo económico sobre todo lo demás, hay que deducir que: lo económico, y su ciencia, la economía, y su profesional, el economista, van por delante de ese conglomerado difuso de corrupción, fraude y desafección.

—¿Lo has visto, sombrerero? Todos nos movemos por dinero —le dice Alicia a aquel hombrecillo aterrorizado por la Reina Roja, haciendo una instantánea traducción al castellano de un ripio inglés. Así era Alicia.

GRÁFICO 1

PORCENTAJE DE TEMAS EN LA AGENDA PÚBLICA (ENERO 2007/DICIEMBRE 2015)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del CIS.

Si nos vamos ahora a los dos temas de la agenda pública que no son directamente económicos: la desafección política (medida por el tema codi cado como los/as políticos/as en general, los partidos y la política), la corrupción y el fraude, podemos observar que ocupan, durante largo tiempo, al principio de la crisis, un lugar más secundario que los temas económicos. Más adelante suben posiciones y el tema de la corrupción alcanza y sigue a día de hoy en el segundo puesto de la jerarquía temática que los ciudadanos ordenan respondiendo en la encuesta a la pregunta MIP de Gallup.

Segundo mensaje de la Reina Blanca: los temas no económicos mantienen altas correlaciones con los económicos, pueden estar más arriba jerárquicamente en la agenda pública, y ambos bloques temáticos de nen las conductas más estudiadas, como las electorales, de gasto y compra, de estilo de vida, *etc.* ¿Es solo una hipótesis de la Reina Blanca intentando enseñarle los secretos del ajedrez vital a Alicia? Veamos las correlaciones entre los tres temas más signi cativos a nuestros efectos (+1 o -1 son las correlaciones extremas):

TABLA 1

CORRELACIONES INTERTEMÁTICAS EN EL TRAMO TEMPORAL ESTUDIADO CORRELACIONES INTERTEMÁTICAS

EN LA AGENDA PÚBLICA (N = 99) PARO DESAFECCIÓN POLÍTICA CORRUPCIÓN Paro 1 0,629(*) 0,394(*) Desafección política 0,629(*) 1 0,605(*) Corrupción 0,394(*) 0,605(*) 1

*** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del CIS.

¿EL SOMBRERERO LOCO ESTÁ LOCO PORQUE ES SOMBRERERO O ES SOMBRERERO PORQUE ESTÁ LOCO?

La Reina Roja salió corriendo tras el pobre sombrerero, que alabó a la Reina Blanca y sus tablas de correlaciones intertemáticas, aplaudiendo de forma incluso excesiva o quizá provocativa hacia la Reina Roja, de cuya maldad se hacían lenguas al otro lado del espejo.

—¿Y qué me quiere usted decir con eso? —dijo la Reina Roja a la Blanca, mirándonos de reojo a todos.

Fue entonces cuando intervino el economista para decir que, aunque no parecía dinero, la corrupción es dinero, como lo es la desafección, con lo cual pareció que ambas ciencias, ambos o cios y ambas profesiones poseían una relación no muy precisa.

— Eso mismo le quería decir —contestó la Reina Blanca a la Reina Roja, siguiendo su conversación.

— Estamos unidos por la cabeza, como esos niños que nacen así y luego los separan —dije yo tratando de decir algo que probablemente no era nada, y seguí —, pero las piernas y los brazos buscan cosas distintas, creo.

— Yo creo —dijo Alicia—, que no sabemos dónde empieza cada cosa: ¿somos desafectos porque estamos en paro o porque hay muchos corruptos o…estamos en paro porque la corrupción y la desafección crean el paro?

—Para ser una jovencita impertinente tienes una cabeza muy na, niña —dijo la Reina Roja.

Decidimos que todo se daba junto y unido, en una Bola o Esfera de Realidad que rueda por nuestro cerebro, y nos resulta imposible discernir sus partes de forma absolutamente precisa. Fue la aportación del sombrerero, que seguía asustado y escondido detrás de Alicia.

— Yo creo que es todo lo mismo, llámenle una Bola o una Esfera de Realidad, con mayúscula. Y me largo —dijo el Sombrerero Loco. Salió un segundo antes de que saliera tras él la Reina Roja empeñada en sacri carlo sobre el suelo de ajedrez, o quizá solo quería merendarlo con unas ciruelas gigantes que tenía amontonadas en una puerta tras la que se adivinaba un jardín con sus pájaros. Ahora empezaba a dar algo de miedo todo aquello. ¿También Alicia estaría loca?

El economista me miró asustado, hablamos y decidimos arreglarlo entre nosotros. Pero

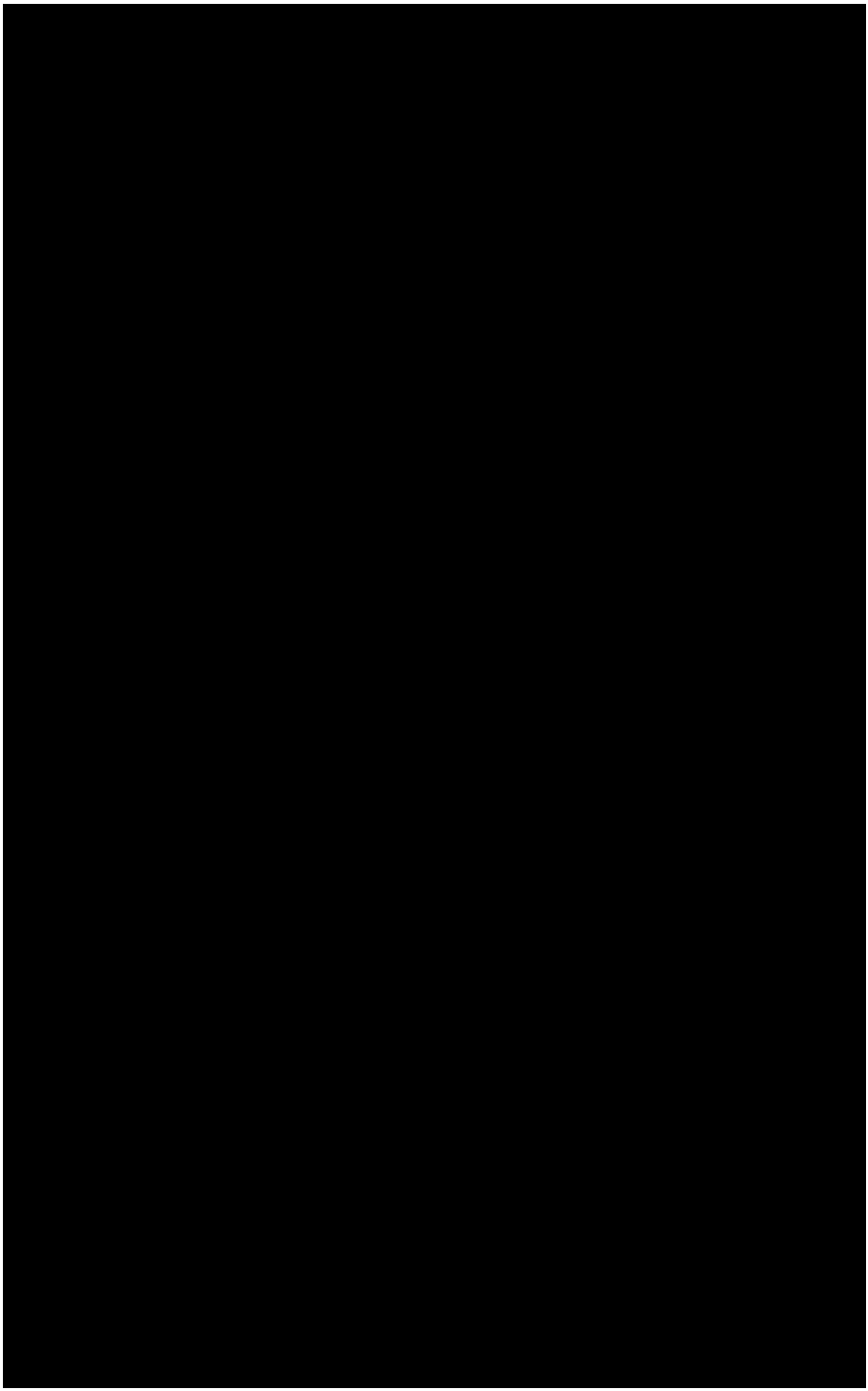
Alicia nos debió sentir raros y nos dio otros papeles de tablas y líneas para que los viéramos bien: —Fíjense bien, don Sabio 1 y don Sabio 2 (Quizá había algo de ironía en aquella adolescente espabilada. Nunca llegamos a hacerle una cha completa, que diría un madero aplicado).

LOS SECRETOS DEL ESTADO DE BIENESTAR: MÁS MENSAJES DE LA REINA BLANCA A TRAVÉS DE ALICIA

De la con anza en Alicia de la Reina Blanca llegaba ahora evidencia en aquellos papeles de los que Alicia era mensajera. El primero era un grá co con temas típicos del Estado de bienestar (grá co 2) y el segundo era una tabla (tabla 2) con temas mixtos, económicos, sociopolíticos y de bienestar. El secreto más evidente es que había temas del Estado de bienestar que, en plena crisis, no tenían un gran interés o no preocupaban demasiado a los entrevistados: la vivienda y los problemas relacionados con la calidad del empleo. Particularmente, por sus consecuencias para la vida social y sindical, el desinterés que el ciudadano proyecta en el Estado sobre los problemas de calidad de empleo tiene un interés muy especial.

GRÁFICO 2

PORCENTAJE DE TEMAS DE BIENESTAR EN LA AGENDA PÚBLICA (ABRIL 2011/DICIEMBRE 2015)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del CIS.

Tercer mensaje de la Reina Blanca: Cuanto más crece la percepción del paro menos problema es la calidad del empleo (cualquier cosa sirve) y menos problema es también la vivienda mientras crece la percepción de la desafección política y de la corrupción y el fraude. A su vez, la educación y la sanidad suben porcentajes y rangos, sin llegar nunca a ser temas del más alto nivel, ocupados tales rangos preferentes por los cuatro grandes temas citados en los apartados anteriores, al menos durante la crisis (paro, corrupción, problemas económicos y desafección política).

TABLA 2

TABLA DE CORRELACIONES INTERTEMÁTICAS, ECONOMÍA/SOCIOPOLÍTICA/BIENESTAR EN EL PERIODO ESTUDIADO

PARO VIVIENDAPROBL. PROBL DESAFECCIÓNCORRUPCIÓNSANIDADEDUCACIÓN

ECONÓMICOSCALIDADPOLÍTICA Y FRAUDE

DE

EMPLEO

Correlación

de Pearson 1 -,944(*) ,375(*) -,950(*) ,629(*) ,394(*) -,589(*) -,497(*) Sig.

Paro (bilateral) ,000 ,000 ,000 ,000 ,000 ,000 ,000

-,944(*) 1 -,147 ,908(*) -,772(*) -,604(*) -,720(*) -,611(*)

Vivienda ,000 ,148 ,000 ,000 ,000 ,000 ,000 Probl.Econó. ,375(*) -,147 1 -,378(*) -,192 -,570(*) -,657(*) -,580(*)

,000 ,148 ,000 ,058 ,000 ,000 ,000

Probl.Cal.Em -,950(*) ,908(*) -,378(*) 1 -,657(*) -,355(*) ,147 ,365(*)

,000 ,000 ,000 ,000 ,000 ,298 ,008

Desaf.Política ,629(*) -,772(*) -,192 -,657(*) 1 ,605(*) ,179 -,172

,000 ,000 ,058 ,000 ,000 ,205 ,222

Corrupción

y Fraude ,394(*) -,604(*) -,570(*) -,355(*) ,605(*) 1 ,609(*) ,507(*) Sanidad -,589(*) -,720(*) -,657(*) ,147 ,179 ,609(*) 1 ,683(*) Educación -,497(*) -,611(*) -,580(*) ,365(*) -,172 ,507(*) ,683(*) 1

,000 ,000 ,000 ,008 ,222 ,000 ,000

N 52 52 52 52 52 52 52 52

*** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del CIS.

SALIENDO DEL OTRO LADO DEL ESPEJO A ORDENAR IDEAS

Es verdad que al otro lado del espejo hay seres extraños (Nefertiti estuvo pegada a mis piernas todo el tiempo de la visita), pero parecen conocer el mundo con algún rigor y dan buenas pistas para que lo conozcamos. Pero se callan cosas. Finalmente, nadie nos ha explicado la conexión entre los diferentes bloques temáticos y la conexión profesional entre economía y sociología a este nivel analítico.

Las relaciones estadísticas entre ambos bloques (con este estadístico y con otros que se podrían usar aquí) es positiva o negativa, muy alta o su cientemente alta, y también muy signi cativa. Aunque no estamos hablando de relaciones causales, sí hablamos de correlaciones potentes, sistemas formalizados, a través del estadístico usado para ello, con el n de ordenar la ocurrencia de fenómenos que se presentan unidos en ciertos eventos. En la agenda pública, por ejemplo. Objetivos analíticos de la economía comparten evento con objetivos analíticos de la sociología.

Es posible elaborar fórmulas y estrategias para enriquecer la capacidad de análisis y predicción de ambas prácticas cientí cas. También es posible mejorar la formación e, incluso, es posible pensar en una refundación racional y reuni cación académica para caminar hacia una nueva época de las ciencias sociales.

Ya en el lado común o normal del espejo, el economista, Nefertiti y yo mismo decidimos echarnos una siesta a la espera de aclarar algunas cosas de aquel batiburrillo del otro lado del espejo, mientras Alicia demoraba su regreso, entretenida con los jardines misteriosos y recoletos a los que daban todas las habitaciones. O eso pensaba yo identi cando sus deseos con los míos. Al otro lado del espejo pasan cosas muy raras, pero para entenderlo les remito a los famosos libros de Alicia, quizá entonces entiendan algo. En todo caso el hecho de estar en un lugar tan disparatado te induce a pensar de otra forma, y la ciencia se hace más comprensible cuando abres la puerta de la exión mental y de la imaginación, como si de este lado humano del espejo todo fuera más pobre y limitado. ¿Cómo decirlo? Es como si al otro lado del espejo conocieras eso que los lósofos llaman el ser, una unidad de todo que te hace ver las conexiones de las cosas, y de este lado solo conocieras sus fragmentos, los fragmentos del ser como la economía y la sociología, que están desperdigados entre otros fragmentos del ser ¿O estoy delirando? Es posible.

—No creo que nos ayude meternos ahora en metafísicas —dijo el eco nomista.

—No, no creo, es verdad —le dije. Me pareció de poca ayuda meterme ahora en ontologías regionales relativas a nuestras ciencias, aunque siempre sentí tanta atracción por esa clase de

cosas raras como por el otro lado del espejo. Quizá sea todo lo mismo.

ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA Y EMOCIONES

A la espera de volver al otro lado y buscar nuevas sugerencias en reinas y sombrereros más o menos locos, el economista me plantea un debate que puede destrozar mi trabajoso racionalismo curado de espantos: —¿Y qué piensas de las emociones en todo esto?

No es una pregunta sobrante, incluso podría decirse que su contestación es la que puede dar sentido a una cierta prioridad de lo sociológico sobre lo económico. Yo he trabajado especí camente en el mundo emocional en mi etapa de psicólogo clínico, antes de pasarme a la sociología. No tengo nada contra las emociones o contra el uso de las emociones en la explicación de las cosas. De hecho, hay cosas directamente conectadas a las emociones. Pero ellas, las emociones, juegan el mismo papel que dios en los malos cientí cos: lo explican todo. Ese es el problema de hacerlas participar en el desarrollo racional de los análisis, que acaban tomando las emociones, el mando explicativo sin fundamento alguno, y se convierten en aquello que sustituye al trabajo cientí co real. Su carácter omniexplicativo es una pandemia cientí ca y conviene situarlas en su sitio. ¿Qué fue primero, el nazismo (la emoción en estado puro y hasta salvaje) o la crisis económica y de mercados de la Alemania prenazi? Todo indica que la emoción es un componente del proceso por el cual una situación va haciéndose más y más cercana a la conducta común de la gente, afectándola de esa forma que llamamos emotiva, y que tendría más que ver con aspectos poco controlables de nuestra racionalidad e irracionalidad que con la causa primera que altera el orden común de las cosas (la crisis económica en Alemania entonces, la crisis actual aquí y allá ahora). Bien, esto es así, e incluso algunas explicaciones de ciertos acontecimientos pueden tener más que ver con la emoción que con otras cosas. Es verdad. Pero el carácter emotivo de las reacciones humanas no puede oscurecer el estudio de las causas primeras de las cosas, como reclamaba Aristóteles. Es verdad que la sociología se ha ocupado de las emociones, y que muchos desarrollos fructíferos han nacido de esa preocupación. Recuerdo algunas lecturas relativamente recientes de Randall Collins y, en general, de los cualitativismos nacidos de la in uencia fenomenológica o conductista, cognitivista y neoconductista después. Nunca ha faltado una referencia a la emoción, aunque luego todo esto se haya devaluado por la intrusión de cierta charlatanería sobre cerebros emocionales y cosas así. Y la ciencia se fue alejando en la vida cotidiana de esa palabra “emoción”, aunque se prodiguen los estudios sobre su función en el campo neuropsicológico. Es ya otro mundo muy alejado de las preocupaciones comunes de los sociólogos y de los economistas, por más que Adam Smith haya intentado elevar la moral a rectora del interés en su *Teoría de los sentimientos morales* (así comienza: “Por muy egoísta que se pueda admitir que el hombre sea, existen evidentemente algunos principios en su naturaleza que lo hacen interesarse por la suerte de los otros y considera su felicidad necesaria para uno mismo, a pesar de no obtener nada de ello, salvo el placer de verla”). Es una crítica al utilitarismo vulgar, podríamos decir, y es una crítica que sitúa a la economía como ciencia también de la conducta económica, ante un problema emocional que debe resolver: ¿el *homo economicus* es solo un hombre calculista de bene cios materiales? Ese formalismo del *homo economicus* ha levantado todas las sospechas en la economía crítica (teorías de la elección racional, entre otras) que ha tratado de devolver a ese ser formalizado los mismos sentimientos del hombre común, aunque matizados por la prioridad de la obtención de la riqueza. Me acogeré a los siguientes postulados:

Postulado 1 del sociólogo: La conducta económica de optimización de recursos está matizada por la conducta social, política y emotiva de la búsqueda y gestión de los recursos. La división del trabajo sobre este proceso diversi ca las ciencias sociales y limita las explicaciones causales de cada una de ellas. *Postulado 2 del sociólogo:* Una explicación y una predicción completa de estos fenómenos solo es posible en la con uencia de sociología y economía, al menos, y dejando la puerta abierta a otras aportaciones.

—Si no te importa te doy mi postulado —dijo el economista.

—Adelante.

Postulado 1 del economista: La conducta general de optimización económica rige sobre todos las demás conductas de forma evidente. Esa conducta es parte del objeto de la economía y, secundariamente, de otras ciencias sociales y de otro tipo.

El economista introducía en el primer puesto de la jerarquía de conductas la conducta económica, que daba a la economía una especi cidad su ciente como ciencia.

—Bueno, no voy a debatir eso —dije—porque creo que depende de otras muchas creencias en las que resulta complejo entrar ahora, pero te propongo una subida pragmática de nivel: creo que la capacidad predictiva de la economía como ciencia es menor porque no usa las variables más difíciles de cuanti car, que son las personales, emocionales, etc., lo que llamamos variables cualitativas. Esto a día de hoy no tiene mucho sentido porque incluso esas variables se pueden manejar empírica y formalmente; podemos cuanti carlas de alguna forma.

—¡La economía, estúpido! —dijo el economista imitando a Carville, el asesor de Clinton que quería que la gente dejase de estar seducida por George Bush con sus paces y sus guerras devolviéndola a la vida cotidiana—, no va por ti, no te ofendas. Damos vueltas a mil cosas, desde la felicidad a la liga de fútbol, y pocas veces nos preguntamos qué tiene eso que ver con el dinero. Pues ambas cosas son dinero, dinero puro y duro, lo demás es muy secundario, compréndelo.

—Optimizar —le dije—es ser del Real Madrid o del Barsa para llevarse menos disgustos y sentirse menos ofendido, pero lo milagroso es que haya gente del resto de los equipos, quizá eso te llame también la atención y te haga pensar en otras cosas.

—Ahí me has dado, de acuerdo, hablaremos de eso.

—Es la sociología, ¡estúpido! —le dije, ejecutando una venganza menor. El debate seguía.

Se nos hacía muy complicado llegar a un acuerdo su ciente, y pensaba yo que quizá de nuevo Alicia y la Reina Blanca podrían orientarnos. Se nos fue instalando en nuestra martirizada cabeza la idea de regresar al más allá del espejo, a sus personajes, a sus jardines, a sus alicias y a sus reinas. Quizá necesitemos a Alicia para pasar, no creo que nos dejen a nosotros solos. Y me fui amodorrando delante de las llamas de la chimenea hasta alcanzar ese estado en el que al n es posible descansar. Lo necesitaba mucho, el economista también, y Nefertiti.

LA REINA ROJA NOS LLAMA

Tras unos días de debate con el economista, cansados ya los dos de jar y retirar fronteras cientí cas, la agitación de Nefertiti me señaló la presencia de un mensajero. Este llevaba un zurrón como si tuviera que llevar provisiones y un gorro parecido al de Robin Hood, pero solo venía del otro lado del espejo aunque parecía llegar de un larguísimo viaje con sus botas gastadas y todo lleno de polvo.

—La Reina Roja les espera, caballeros.

Entramos por el espejo que el propio mensajero traía en su zurrón, pero Nefertiti corrió a su caseta y se negó a venir. Bien, ella se las sabe arreglar sola.

—¿Por qué es rentable Nefertiti?, ¿porque me guarda la casa y aleja a gatos y ratones o porque me da afecto? —pregunté.

El economista se tensó ante mi pregunta y no quise insistir. Creo que está demostrado por los papeles de Alicia y la Reina Blanca que la economía y la conducta general están muy vinculadas, y esto con todas sus consecuencias.

—¿Puede predecirse la conducta económica controlando la evolución de los temas sociopolíticos? —me preguntó el economista cuando pusimos pie al otro lado del espejo.

—Creo que sí… en buena parte —le dije.

La Reina Roja nos llevó al otro lado del salón ajedrezado hacia un jardín entrevisto en la visita anterior, era un jardín cerrado, un aparente *hortus conclusus*, pero yo sabía que tenía otras puertas, pues había visto pasar gente por allí en la visita anterior a aquellos espacios. Todo aquello daba la sensación de estar en un mundo prohibido, clausurado, secreto y muy próximo, como parte de ti mismo. En medio de aquellos parterres más o menos salvajes estaba la Reina Blanca, y junto al muro del fondo un al l llevaba al Sombrerero Loco cogido por una cuerda. Alicia trataba de liberarlo, recibiendo empujones del al l mientras el sombrerero pedía auxilio.

—¡Suelte al sombrerero! —impuso la Reina Blanca.

—Lo pillaron vaciando la pastelería —dijo el al l.

—Bien, suéltelo.

No esperó mucho el sombrerero para salir zumbando hacia el jardín por alguna puerta que no veíamos. Gritaba: “¡viene la Reina Roja!, ¡viene la Reina Roja!”.

Alicia se despidió con la mano del sombrerero y vino hacia nosotros: —Si no se ponen de acuerdo quizá tengan que vivir aquí el resto de su vida.

—Él me dice cosas muy razonables, pero no hay un algoritmo que me permita trabajar con ellas, Alicia —dijo el economista señalándome.

—Debe ser muy difícil traducir las emociones y los sentimientos a números, señor economista —dijo Alicia.

—No tan difícil —dijo la Reina Blanca— si asignan algún número al estado de los temas más importantes de la agenda pública y lo meten como una variable más en las fórmulas predictivas de la economía. O pueden intentar trabajar con la agenda personal, quizá sea más e caz para estos nes.

—Las estrategias económicas —dije— suelen incumplirse en muchas ocasiones por fenómenos políticos y similares, es decir, por fenómenos emocionales o de esa índole fronteriza entre la razón y lo demás. Tampoco los sociólogos tenemos la exclusiva de esos fenómenos.

La Reina Roja y el al l se fueron entre risas al otro lado del muro, y parecían disfrutar de nuestra incertidumbre.

—¡Eso pasa por querer saberlo todo! —gritó la Reina Roja para que la escucháramos sin problema.

—Hoy está excitadísima —dijo el Sombrerero Loco— y quería tirarme desde el castillo montado en un sombrero… decía que volaba, no creo. Discúlpenme que intervenga, siempre desde la humildad de mi o cio, para decirles que si usaran sombrero las ideas no se les escaparían nunca.

Esto mosqueó al economista (¡lo que faltaba!) e hizo soltar una carcajada a la siempre seria Reina Blanca. Era difícil que pasáramos del punto muerto al que habíamos llegado el economista y yo mismo, pero podía haber algunas conclusiones que los dos pudiéramos rmar.

—¿Podemos redactar y rmar un documento, majestad? —le dije a la Reina Blanca.

—Pasen —nos dijo señalando de nuevo al salón ajedrezado—. ¿De qué se trata?

—Voy a redactar un papel, a medias con el economista, para hacer constar nuestros acuerdos —le expliqué.

—Me parece muy bien —dijo el economista cediéndome el paso de entrada al salón.

PACTO DEL OTRO LADO DEL ESPEJO

Al otro lado del espejo, reunidos en representación de sus gremios un economista y un sociólogo, ambos capacitados para ello, deciden:

1. Considerar que la realidad es un todo indivisible y solo retóricamente divisible a efectos metodológicos o pedagógicos, entre otros.

2. Considerar que lo que llamamos economía o ciencia económica no es una realidad aparte, sino la consecuencia del intento de regular y conocer el intercambio de bienes, servicios y dinero, entre otras cosas.

3. Considerar que lo que llamamos sociología o ciencia social (sociológica) tampoco es una realidad aparte, sino la consecuencia del intento de conocer todo lo que sirve al ser humano para vivir en contacto e interacción desde una perspectiva más colectiva que individual.

4. Considerar que tanto lo que llamamos economía o ciencia económica como sociología o ciencia sociológica son arti cios de la división del trabajo, pero cuyos nes son únicos y pueden desarrollarse empíricamente como únicos.

5. Considerar que los movimientos económicos dependen, entre otras cosas, de la estructura social, así como de la voluntad, el sentimiento y las emociones humanas.

6. Considerar que la inclusión de variables típicamente sociológicas en la descripción y predicción económica mejorará de forma sustancial el conocimiento de la economía y del mundo, con sus repercusiones sustanciales sobre la mejora de la misma felicidad humana, que es, junto al conocimiento, un objetivo nada despreciable para el conjunto de las ciencias.

Al otro lado del espejo, y ante la Reina Blanca, Alicia y el Sombrerero Loco como testigos, además de los mismos rmantes, el economista y el sociólogo.

REDES CONTRA MERCADOS: MEDIOS Y MODOS DE COORDINACIÓN DE LOS NUEVOS MOVIMIENTOS SOCIALES

EDUARDO ROMANOS E IGOR SÁDABA

Los indignados que se movilizaron el 15 de mayo de 2011 lo hicieron en buena medida contra la mercantilización de la vida social. “No somos mercancía en manos de políticos y banqueros” se leía en la cabecera de las manifestaciones que ese día recorrieron las calles de las principales ciudades españolas. Al mismo tiempo, el movimiento surgido a partir de esa protesta es para muchos el exponente de un cambio de paradigma en la organización de los movimientos sociales que sostiene que las redes sociales virtuales han venido a suplantar a las organizaciones clásicas (y los lazos forjados en ellas) en la coordinación de las acciones de protesta. Las nuevas tecnologías están facilitando hoy en día formas visibles de coordinación contra la mercantilización neoliberal. Lo hacen, sin embargo, apoyándose en unos lazos relativamente más débiles generados a partir de una infraestructura fuertemente mercantilizada como es Internet. Este capítulo pretende ahondar en esta paradoja y discutir el alcance y las implicaciones del ecosistema digital en los modos de coordinación de la resistencia al neoliberalismo y el poder de los mercados.

PROTESTAS CONTRA LA GLOBALIZACIÓN NEOLIBERAL Y SUS CONSECUENCIAS

Las manifestaciones del 15 de mayo de 2011 iniciaron un fuerte ciclo de protestas en España. En su desarrollo, la movilización ha adoptado múltiples formas, unas más convencionales, otras más contundentes. Buena parte de las protestas se han orientado hacia la reivindicación de derechos y libertades básicos recortados por unas elites políticas aparentemente más interesadas en servir a poderosos (y opacos) sectores económicos y nancieros que al conjunto de la ciudadanía. En este sentido, los activistas han intentado subrayar que el actual contexto de crisis no es solo económico sino también político, de un sistema institucional con escasos cortafuegos contra la corrupción y muy poco receptivo al desarrollo de alternativas a las políticas neoliberales dictadas desde centros de poder poco o nada democráticos.

El malestar ciudadano que explotó en 2011 se fue fraguando poco a poco. La población española entendió como inadecuadas las respuestas

que desde las instituciones se daban a la crisis económica. Los Barómetros del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) de los años previos a 2011 muestran una creciente desafección de la ciudadanía frente al sistema parlamentario y un deterioro notable de la imagen de los partidos políticos. Ya en octubre y noviembre del 2010, por ejemplo, "la clase política y los partidos políticos" eran el principal problema del país para el 18,1 por ciento de los consultados. En diciembre de ese año este dato subía al 19,3 por ciento y 2011 arrancaba con un 20,6 por ciento, niveles en los que se mantuvo (e incluso subió) a lo largo de todo el 2011. La serie histórica sobre la percepción de la situación política española también llevaba acumulando subidas signi cativas de las categorías "mala" y "muy mala" tal y como se desprende de los resultados que el propio CIS distribuye. En los últimos cuarenta años nunca se habían obtenido valores cercanos al 50 por ciento en la opción "muy mala" hasta el año 2013. Como puede comprobarse en la tabla 1, en apenas cinco años (de 2008 a 2013) la percepción "muy mala" de la situación política nacional subió más de 37 puntos porcentuales (mientras que la suma de "mala" y "muy mala" lo hizo en más de 44 puntos porcentuales).

El apoyo a los partidos políticos cayó, todavía de manera más drástica en el caso del partido en el Gobierno. Cada vez más españoles percibían que las autoridades políticas no estaban preparadas para manejar la situación. El Gobierno de Rodríguez Zapatero negó primero la existencia de la crisis para luego aprobar medidas de estímulo scal. En mayo de 2010, cambió de estrategia para adoptar políticas neoliberales que incluían fuertes recortes en el sistema de pensiones, el salario de los empleados públicos, la asistencia a las personas dependientes y la inversión pública. Estas y otras medidas fueron tomadas tras presiones de organizaciones internacionales y los mercados nancieros. Ya en 2011, con el ciclo de protesta en marcha, PP y PSOE aprobaron en tiempo récord la primera reforma constitucional de calado, que introducía el principio de estabilidad nanciera para limitar el dé cit. Lo hicieron después de que el Banco Central Europeo reclamara al Gobierno español medidas urgentes encaminadas a devolver la credibilidad a la deuda española, tal y como ha reconocido el por entonces presidente Rodríguez Zapatero (2013) en sus memorias. En el verano de 2012, ataques especulativos llevaron la prima de riego española a situarse por encima de los 600 puntos.

TABLA 1

EVOLUCIÓN DE LAS CATEGORÍAS MALA Y MUY MALA EN LA PREGUNTA SOBRE PERCEPCIÓN DE LA SITUACIÓN POLÍTICA ESPAÑOLA EN LOS BARÓMETROS DEL CIS (MESES DE NOVIEMBRE DE 2008-2011) (EN PORCENTAJES)

PERCEPCIÓN

DE LA

SITUACIÓN

POLÍTICA NOVIEMBRENOVIEMBRENOVIEMBRENOVIEMBRENOVIEMBRENOVIEMBRE ESPAÑOLA 2008 2009 2010 2011 2012 2013

Mala 25,6 35,3 39,4 37,3 37,9 32,7

Muy mala 11,2 25,3 25 30 36,2 48,5

Mala + Muy

mala 36,8 60,6 64,4 67,3 74,1 81,2

Fuente: Elaboración propia.

No sorprende, por tanto, que las críticas de los ciudadanos que han participado en el reciente ciclo de protesta se hayan centrado en la calidad del actual sistema democrático. Sus reivindicaciones y demandas han puesto el foco en el control ejercido por el poder económico sobre el político ("no hay democracia si gobiernan los mercados" se coreaba en las plazas). Los manifestantes y activistas relacionaban las políticas de austeridad con la ausencia de democracia y soberanía. La corrupción, uno de los principales problemas para los españoles, tal y como mostraban las encuestas del CIS, se veía como producto casi inevitable de un sistema democrático con escasos mecanismos de control y de un sistema político que ha facilitado el enriquecimiento de las elites en detrimento de las condiciones de vida de la mayoría. Eslóganes como "no nos representan" o "lo llaman democracia y no lo es" expresaban esta crítica al modelo democrático establecido durante la transición, visto ahora como una "democracia de baja intensidad" (Arribas, 2015): un sistema en el que las elites políticas se afanan por salvaguardar las cuotas de poder de sus partidos y sindicatos mientras limitan otros canales de participación de la sociedad civil.

Las demandas y reivindicaciones de los llamados "indignados" se han mantenido en el tiempo, si bien ciertas preocupaciones han alcanzado mayor visibilidad, entre ellas las relacionadas con el problema de los desahucios y la privatización de los servicios públicos gracias a la movilización de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) y las "mareas ciudadanas", respectivamente. El discurso de la PAH ha tratado y, en buena medida, conseguido trasladar la responsabilidad del drama de los desahucios de la esfera individual (de aquellos que "habían vivido por encima de sus posibilidades") a la esfera colectiva (de niendo la actual crisis

económica como un fraude masivo alentado por los banqueros y permitido por los políticos). Por su parte, las mareas se han lanzado a la defensa de los servicios públicos —sobre todo la educación y la sanidad— como derechos gratuitos y universales, criticando al mismo tiempo la erosión en las condiciones de los trabajadores empleados en ellos.

Más allá del ámbito local, el movimiento 15M se inserta en una oleada de protesta más amplia que tiene en la Primavera Árabe y el movimiento Occupy Wall Street otras de sus manifestaciones más visibles. Participantes en estas movilizaciones se han vinculado unos con otros, no solo en la identi cación de una misma lucha en pos de mayores cotas de democracia, sino también a través de la difusión de prácticas e ideas (Romanos, 2016). Sin embargo, muchas de estas prácticas e ideas no son nuevas. Investigadores en movimientos sociales han establecido importantes líneas de continuidad entre la nueva ola de protesta transnacional y una ola anterior, comúnmente identi cada con el movimiento antiglobalización. Este movimiento vivió su apogeo en el cambio de milenio y tuvo en la "batalla de Seattle" (1999) contra la Organización Mundial del Comercio una de sus movilizaciones más espectaculares. Después de Seattle, los activistas no-global continuaron organizando contracumbres y acciones de protesta ante las grandes reuniones internacionales: el Foro Económico Mundial de Davos, las cumbres europeas o del G8. También crearon su propio foro de encuentro, el Foro Social Mundial, cuya primera edición se celebró en la ciudad brasileña de Porto Alegre en 2001.

De alguna forma el movimiento antiglobalización adelantó la reciente crisis económica (y política) como consecuencia de un proceso de globalización dirigido por y en aras del mercado. Como señalan Donatella della Porta y Alice Mattoni (2012), este movimiento lanzó una llamada de atención, una alerta sobre lo que, si no se ponían cortapisas a la globalización neoliberal, se avecinaba sobre los grupos más vulnerables de la(s) sociedad(es). La nueva ola de protestas antiausteridad tiene por protagonistas a estos grupos, que han experimentado ya esas consecuencias en el contexto de la actual crisis económica y nanciera. Los indignados de hoy vinculan los efectos negativos del capitalismo global neoliberal con una noción ine caz e insu ciente de democracia (Flesher Fominaya, 2014), como lo hacían los activistas diez años antes. Y frente a esa versión ine ciente de la democracia ellos plantean otro modelo, más participativo y deliberativo, con el que experimentaron de forma visible en las plazas (Romanos, 2011).

Sin embargo, no todo son continuidades entre las dos olas de movilización. Una de las diferencias más importantes tiene que ver con el locus de la crítica y la acción. Si a lo largo de la historia los movimientos sociales han encontrado en el estado-nación su principal objetivo y ámbito de actuación, los activistas no-global se desplazaron hacia un nivel más transnacional. Las protestas se organizaron principalmente a ese nivel y a ese nivel pertenecían también los responsables de la versión neoliberal de la globalización que ellos criticaban: organizaciones como el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional o la Organización Mundial del Comercio. Estas organizaciones siguen siendo criticadas por quienes se mani estan hoy contra las políticas de austeridad, pero la actual ola de protesta ha invertido de alguna forma la tendencia para anclarse de nuevo en el territorio. De hecho, una de las formas más visibles de acción ha sido el establecimiento de campamentos más o menos estables en los centros simbólicos de poder (local y nacional). Por ejemplo, los indignados han elegido las plazas centrales como lugar en el que representar su denuncia contra la mercantilización de la vida social y el espacio público.

Esa denuncia no se ha detenido. Al contrario, se ha hecho todavía más fuerte contra intervenciones del mercado todavía más autoritarias en protestas como la de Gezi (Turquía), que desvelan el autoritarismo de las actuales formas de la globalización neoliberal. En 2013 la mercantilización del espacio público en Estambul (con el intento de construir un centro comercial que iba a sepultar uno de los pocos parques en el centro de la ciudad) encontró una fuerte resistencia que desbordó la protesta inicial para dar vida a un nuevo movimiento social dentro de una nueva fase en la secuencia global de movilizaciones. Justo cuando la ola transnacional que se hizo más visible en 2011 parecía decaer, protestas como la de Turquía, Brasil y otras latitudes renovaron el enfrentamiento contra el capitalismo global neoliberal y sus consecuencias (Della Porta, en prensa).

DE LA ACCIÓN COLECTIVA A LA ACCIÓN CONECTIVA: ¿CAMBIO DE PARADIGMA?

Como hemos visto en el epígrafe anterior, los movimientos sociales contemporáneos actúan en gran parte guiados por móviles y posturas antimercantilizadoras desarrollando una fuerte crítica y oposición a la

economía neoliberal. De hecho, la mayoría de los movimientos sociales más activos a nivel mundial pueden denominarse abiertamente anticapitalistas en diferentes versiones: contra empresas o compañías, contra tratados internacionales, contra entidades nancieras o bancarias, contra planes de ajuste y austeridad, *etc.* Es decir, directa o indirectamente, la acción colectiva contemporánea tiene un marcado carácter antimercantil, siendo la economía global uno de sus ejes de actuación.

A su vez, ha quedado re ejado que uno de los modos favoritos y cada vez más dominantes de coordinación y actuación de los movimientos sociales resulta de su uso de la red. Internet se ha convertido en el espacio de intervención política por excelencia que, adecuadamente combinado y complementado con protestas callejeras y otras actuaciones *of ine*, proporciona canales de expresión y acción colectiva únicos. En los últimos tiempos se ha producido un trasvase masivo de la acción política hacia los medios digitales, especialmente a nivel de la participación política no convencional.

Ello se debe, entre otros aspectos, a que el escenario *online* facilita la agregación rápida de acciones individuales en tiempos muy reducidos a través de los canales comunicativos. Y esa suma o puesta de contacto inmediata de activistas tiene el potencial de generar movilización. Nos referimos con esta idea a lo que Lance Bennett y Alexandra Segerberg (2012) han denominado la *acción conectiva*. Con este término los autores pretenden superar el paradigma clásico de Mancur Olson de la *acción colectiva*. Para Olson (1985), todos somos *free-riders* necesitados de algún tipo de motivación que nos saque de nuestras posiciones de inmovilismo y cómoda pasividad. Sin ella, sería imposible que la gente se movilizase ya que es muy costoso convencer o persuadir a los individuos para que se organicen y protesten. Lo esperable, siempre según Olson, sería ciudadanos placenteramente conformistas sin ganas de arriesgarse a relacionarse, implicarse o participar políticamente. Dichos premios o acicates suponen un coste o un precio que tenemos que pagar si queremos realizar algún tipo de actuación grupal de intervención masiva. Para este autor, la acción colectiva tiene unos costes bastante altos lo que explicaría lo infrecuente que resulta llegando incluso a considerarla “paradójica” (1985: 32).

Para Bennett y Segerberg, gracias a las redes comunicativas digitales, pequeñas acciones individuales acaban generando cooperación descentralizada sin la necesidad de los viejos mecanismos de incentivo. Es decir, la lógica de la acción conectiva permite generar movimiento social o protesta a bajo coste dada la facilidad para

contagiar y coordinar microacciones dispersas. La red funcionaría como una mano invisible que coordinaría con relativa espontaneidad a personas diseminadas por todo el planeta y las pondría en contacto sin apenas esfuerzo en la construcción de una identidad colectiva mediante el diálogo y la interacción. Ahora no es necesario ese empujón o ese aliciente olsoniano ya que la puesta en contacto se hace suave y ágilmente en las redes comunicativas (los propios medios digitales son agente organizadores). Estos autores rompen con la paradoja olsoniana y, aunque respetan los ecos de la vieja acción colectiva, le añaden la nueva acción conectiva (Bennett y Segerberg, 2012: 750). A rman, asimismo, que la vida *online* se nutre, en gran parte, de emociones compartidas y la participación se retroalimenta en las redes gracias a los fenómenos cooperativos. Las redes interpersonales articuladas sobre plataformas tecnológicas coordinan a diferentes escalas sin la necesidad no ya de premios o motivaciones sino de viejos partidos, organizaciones sindicales, estructuras rígidas o grupos formales.

Ante nuestros ojos han des lado numerosos ejemplos de movilizaciones exitosas que, *grosso modo*, encajan en este paradigma de acción conectiva: 15M, Primavera Árabe, Occupy Wall Street, *etc.* Dicho de otro modo, asistimos al nacimiento de un nuevo paradigma de movilización política que resulta muy dependiente de la comunicación instantánea y distribuida. Y bajo esta interacción multidireccional, en tiempo real, deslocalizada y gratuita, surgen movimientos hasta la fecha desconocidos que ya no enfrentan los clásicos problemas para juntar una masa crítica o superar las barreras que pueda suponer realizar una acción o un levantamiento. Ahora, muchas de esas di cultades (o al menos en un sentido teórico, percibidas como di cultades), son superadas gracias a Internet y a la reducción enorme de costes a través de canales que se encargan de conectar, informar, organizar e inducir al compromiso político a miles de personas simultáneamente. Esa vendría a ser la tesis de estos autores y de tantos otros expertos en los nuevos modos de participación política *online* (Yochai Benkler, Emiliano Treré, John Postill, Stefania Milan, etc.).

LA MERCANTILIZACIÓN DEL ENTORNO DIGITAL

Sin embargo, la canalización de la acción política a través de las redes sociales comporta no pocas cuestiones adicionales. La acción conectiva

requiere de una serie de supuestos básicos, entre ellos, como hemos mencionado, de una arquitectura reticular comunicativa (servidores, *hardware*, cables, redes, aplicaciones informáticas, etc.). Pero ocurre que, a pesar del comienzo académico de Internet en su fase expansiva (Castells, 2001) tras ese origen militar, gran parte de ese entramado mediático digital pertenece a un oligopolio formado por un número relativamente bajo de grandes empresas (Google, Facebook, Yahoo, etc.). Es más, en cierto sentido, la supuesta idea de Internet como un modelo paradigmático de libre mercado puro contradice la suposición económica de que se garantice la competencia perfecta:

> El sector de los medios de comunicación corporativo ha pasado en los últimos quince años utilizando su enorme poder para limitar la apertura y el igualitarismo en Internet. Es irónico que el campeón del incremento del poder del consumidor se haya convertido en uno de los más grandes creadores de monopolios de la historia… Google tiene cerca del 70 por ciento de su mercado. Y posee el 97 por ciento de la cuota de búsqueda a través de móviles. Microsoft Windows es usado por el 90 por ciento de los ordenadores, a pesar del Mac de Apple y Linux. Apple vía iTunes controla el 87 del mercado de descargas de música. El 90
>
> por ciento de los bene cios de los smartphones se reparten entre Apple y Samsung. Amazon vende entre el 70 y el 80 por ciento de los libros por Internet (Rodríguez y Martínez, 2016: 111).

Más bien al contrario de lo que podría pensarse intuitivamente, estamos asistiendo a la emergencia de monopolios robustos: en buscadores, en redes sociales, en servicios de correo electrónico, de mensajería, en redes para contactos, en *webs* de búsqueda de trabajos, *etc.* Internet parece ser la pesadilla de la libre competencia ya que si bien permite a cualquiera entrar en el juego la tendencia apunta hacia el dominio de enormes compañías que protagonizan ciertos servicios (Whatsapp para mensajes, Amazon para comprar libros, Youtube para ver vídeos, Twitter para microblogging, etc.). Y ello viene reforzado por el hecho de que, aunque cada servicio se apareja con una gran empresa, estas pueden comprarse y venderse al mejor postor (Google compró Youtube en 2006 por 1.300 millones de euros [67] y Facebook compró Whatsapp en 2014 por 22.000 millones de dólares [68], por ejemplo). Es decir, los monopolios privados se van reforzando hasta dejar, sobre un panorama aparente de variedad y multitud de nombres, marcas y empresas, unos pocos grandes dominadores del panorama digital. Tal y como indican algunos autores: “Resulta profundamente irónico que Internet, el cacareado campeón del creciente poder del consumidor y de la competencia feroz, se ha convertido en uno de los mayores generadores de monopolio de la historia económica” (McChesney, 2013: 191). Cualquier análisis de la economía política de Internet nos muestra un desarrollo hacia la

concentración oligopólica empresarial imparable e *in crescendo* (Celorio, 2011 y Rodríguez y Martínez, 2016).

El problema de este tipo de con guraciones económicas es que, a la vez que se usan los servicios de dichos mastodontes mercantiles, se está produciendo valor para ellos. Gracias al así denominado "big data" (la cesión y gestión de millones de datos personales por el mero uso de ciertos servicios; Mayer-Schönberger y Cukier, 2013) o al impulso al comercio *online*, las grandes corporaciones digitales se alimentan de cualquier acceso y uso tecnológico. Uno de los elementos distintivos del universo digital deriva de la propia producción económica que supone el simple hecho de un acceso cotidiano: conectarnos implica estar proporcionando datos personales constantes (de gustos, búsquedas, compras, elecciones, mensajes, lecturas, etc.) que quedan almacenados habitualmente en registros comerciales. El hecho de estar lanzando campañas antimercantiles y todo tipo de mensajes anticapitalistas desde plataformas que producen valor con informaciones, per les y *bits* privados no deja de ser llamativo. Es cierto que Internet, al menos en su versión más esquelética, funciona sobre protocolos (TCP/IP) libres o abiertos (no son propiedad privada de nadie) y que existen consorcios no empresariales dedicados a su gestión (ISOC, ICANN, etc.), pero sería ingenuo asegurar que solo transitamos por servidores o caminos no mercantiles. En el uso diario de Internet, salvo que se haga una explícita y estratégica elección de cada elemento (sistemas operativos, navegadores, *webs*, descargas, redes sociales, etc.) es casi imposible no circular por algún circuito comercial. Los datos masivos que emanan de la cotidianeidad tecnológica nutren a muchas empresas sin que seamos conscientes o podamos limitarlo. Cabría añadir, que una mirada histórica nos demostraría que la evolución de los sistemas tecnológicos, desde hace ya mucho tiempo, ha estado emparentada y fusionada a las fuerzas económicas (por ejemplo, obras como la de Lewis Mumford, 2006).

De esta forma, por retomar el hilo de este capítulo, los movimientos sociales contemporáneos en su quehacer cotidiano antimercantilista y, en su búsqueda de plataformas de coordinación que allanen el terreno que supone la puesta en contacto de multitudes conectadas, se encuentran con un espacio de actuación ideal pero altamente mercantilizado. Hasta cierto punto, esta paradoja no deja de ser clásica y bien conocida. Los primeros movimientos sociales nacionales también dependieron de la técnica y de su comercialización para poder extender sus luchas. En ese caso, el vínculo entre, por ejemplo, el periódico y los primeros movimientos obreros nacionales ya ha sido descrito (Tarrow, 2012). El sentimiento de pertenencia compartida o de ideología común se propagó y aumentó a escala estatal por estos

medios de masas. Incluso, en un sentido amplio, también se vivió con la televisión sobre la que Pierre Bourdieu mencionaba ya no se podía no contar si se quería lanzar cualquier campaña o movilización política (Bourdieu, 2001). Es decir, algunos autores ya preveían esta relación contradictoria con los medios que se ha intensi cado si cabe en la era digital. Sin embargo, esta ambivalencia no debería ser necesariamente algo sorprendente, solo nos informa de la necesidad de usar los medios de un mundo mercantilizado para nes antimercantiles y de las posibles respuestas que se dan a la realidad planteada.

NUEVAS POSTURAS FRENTE A TECNOLOGÍA/MERCADO Y NUEVOS MOVIMIENTOS DEL SIGLO XXI

Ahora bien, la novedad no es la situación sino que la disyuntiva entre la opción o no de actuar en el terreno de Internet asumiendo sus contradicciones mercantiles ha generado no pocas variantes y opciones, tanto discursivas como prácticas. El hecho de enfrentar el par tecnología/mercado ha permitido que los propios movimientos sociales evolucionen y se desarrollen buscando soluciones a dichas contradicciones [69]. Asumir la lógica de la acción conectiva no mercantil no es tan sencillo y, envueltos en el embrollo de dicho puzle, los movimientos contemporáneos han innovado incluso tecnológicamente. Esto es, la acción conectiva digitalizada implica no pocas ventajas en comparación con la acción colectiva clásica y tradicional, pero también tiene sus defectos o, al menos, sus contrapartidas. Aprovechar las cañerías de la red de redes para reducir los costes que supone agregar gente dispersa y lejana, poner en contacto diversas identidades o propuestas, movilizar y convocar multitudes, *etc.* signi ca a la vez, pasar por unas tuberías digitales pavimentadas por grandes empresas o inventar una manera nueva de habitar Internet y de relacionarse con la red. Veamos las opciones.

• Por un lado han surgido aquellas posturas antimercantilistas extremas que, en el caso de la tecnología, se han decantado no solo por una crítica al mercado sino a todo progreso tecnológico asumiendo que son entidades inseparables. Ya que todo ciclo tecnológico es una extensión de la máquina capitalista, se rechazan

frontalmente ambos. En la parte más radical tendríamos al primitivismo con una demoledora crítica a la tecnología avanzada como proceso de autodestrucción civilizatorio (Zerzan, 1994). Pero en versiones algo más ecológicamente fundadas y moderadas podríamos situar algunos elementos del movimiento por el decrecimiento (Latouche, 2008). En tal caso, como el rechazo a uno de ellos (mercado) comporta inmediatamente el rechazo al otro (Internet/ tecnología), la respuesta ha sido sencilla aunque compleja de implementar. De hecho, hoy es bastante infrecuente encontrarse posturas neoludditas, es decir, de crítica frontal a la tecnología. Si bien el movimiento luddita (1811-1817) consiguió oponerse al maquinismo industrial por su complicidad con la explotación capitalista a través de ciertos sabotajes y atraer a ciertos sectores del movimiento obrero (Van Daal, 2015), actualmente no existe nada parecido. Sin embargo, parte del movimiento ecologista, en su aportación a las teorías del decrecimiento ha llamado la atención sobre los costes de la fabricación masiva de tecnología. La "huella ecológica y económica" del *hardware* actual hace que el discurso ecologista alerte sobre los riesgos del desenfrenado curso tecnológico. Sin embargo, no acaba de dibujarse una aportación clara y nítida sobre cómo lidiar con las contradicciones mencionadas. Para esta postura, en cualquier caso, el coste de la acción conectiva es demasiado alto para obtener una acción colectiva o movilización ciudadana y obtendríamos una oposición frontal.

• De forma intermedia, observamos un amplio espectro de posturas prag -máticas que han conseguido aunar el uso de Internet con sus objetivos antimercantiles sin muchos problemas. En este espacio se sitúa la gran mayoría de movimientos y protestas que incluso reconocen (en un alarde de elección racional plena) que los bene cios que les puede reportar el uso coordinado de un medio anónimo, inmediato y descentralizado como Internet supera con creces los costes de aportar, nanciar o apoyar medios mercantiles. Es decir, la acción conectiva compensa la herramienta mercantil. No obstante, en muchos casos, hay un reconocimiento de las problemáticas que medios monopolizados por unos pocos gigantes digitales puedan generar. Y no solamente nos referimos al hecho de que se pueda estar favoreciendo intereses privados y enriquecimiento empresarial. También existen contrapartidas relacionadas con el control, la vigilancia o el ltrado. Entre otras, casos como cuentas cerradas, *websites* censurados y colaboraciones con agencias, gobiernos o empresas que han reprimido o atacado al propio movimiento y aprovechamiento subrepticio de los datos privados. Aunque es un tema que excede este

capítulo, cabría hacer mención al menos, a la conexión entre medios comerciales y vigilancia. No obstante, existe una gran masa de movimientos que pagan el precio o al menos ni se plantean los dilemas éticos o políticos derivados de esta elección.

• Al otro extremo, precisamente al calor de estas polémicas surgen espacios donde la tecnología acaba valorándose de manera diferente a los procesos mercantiles clásicos de forma que se busca alterar la situación. Precisamente para obtener las ventajas de la acción conectiva digital se cambian sus condiciones mismas de uso. Ahí surgen los movimientos como el Software Libre o el Open Access que buscan desmercantilizar o al menos regular de otra manera los procesos de producción de conocimiento, tecnología o cultura. En este caso, el vector desmercantilizador pasa por deseconomizar los propios medios, canales o vías de relación, coordinación y organización social. Y esta acción se convierte en movimiento social en sí misma. Dicho de otra forma, la manera de resguardar la acción conectiva y de hacerla éticamente viable requiere de una producción y consumo tecnológicos alternativos que implica evitar su mercantilización extrema. Así que conseguir que los movimientos sociales se conecten a través de Internet conlleva generar nuevos movimientos que construyan un Internet para ello.

La manera concreta, obviamente no es sencilla. Todos los proyectos centrados en la neutralidad de la Red, en campañas contra la censura, en el intento de utilizar *software*, protocolos, sistemas operativos o cualquier instrumento informático con licencias libres o abiertas o cercanas a ellas (copyleft, GNU, creative commons, GPL, FOSS, etc.) podrían entrar en este grupo. A tal punto se han percibido como centrales sus demandas que la conexión entre el movimiento por una tecnología libre y abierta siempre ha quedado muy vinculada a los movimientos sociales en general ya que la propia "soberanía tecnológica" garantizaría una acción colectiva digital lo más libre posible. La oposición a cualquier modelo privativo (de *software* o de *hardware*) sería la precondición para poder hacer un uso coherente y de la acción conectiva. Podríamos intuir en estas posturas una continuidad con los movimientos por unos medios de comunicación alternativos o comunitarios que han tenido un amplio recorrido con radios libres y comunitarias, televisiones barriales, periódicos alternativos, *etc.* Lo que se ha conocido tradicionalmente como el mundo de la contrainformación y que hunde sus raíces también en un

intento de superación de la mercantilización comunicativa, entre otras cosas.

Ejemplos de este último ámbito hay muchos ya que abarcan desde sistemas operativos (GNU/Linux) hasta redes sociales no comerciales (Lorea que, en España, tomó cuerpo como N-170) pasando por grupos ciudadanos a favor del acceso abierto y libre o gratuito a redes *wi* (Gui net) o que buscan extender la democracia deliberativa y el voto *online* entre la población (AgoraVoting). Otros casos mencionables podría ser el uso de herramientas como la mensajería de Telegram (un Whatsapp que encripta las conversaciones y no cobra ningún coste de uso del mismo), de servidores alternativos (Nodo50, Indymedia, Riseup, etc.), de servicios de vídeo *online* no comerciales (Vimeo), de espacios para compartir proyectos (Github), de *webs* para lanzar campañas de *crowdfunding* abiertas para la sociedad civil (Goteo).Y un lugar especial podría merecer el "fenómeno wiki" con la Wikipedia a la cabeza como patrón de proyecto colaborativo no comercial para elaborar una enciclopedia mundial de manera colaborativa a través de la coordinación descentralizada de todos los usuarios. El intento de formar comunidades de usuarios distantes y dispersos cooperando desinteresadamente para generar conocimiento registrado se podría llegar a tildar de auténtico movimiento social. No estamos tratado de hacer un listado exhaustivo sino de evidenciar que, en la tentativa de hacer el espacio digital un área no mercantilizada para el uso político aparecen nuevos modos políticos de entender la tecnología e incluso la sociedad dando lugar a otros movimientos sociales. Y estos nuevos movimientos, centrados en el acceso y la producción/consumo de tecnología, ciencia o conocimiento abierto se plantean como un nuevo paradigma político (Stallman, 2004 o Lessig, 2005).

Es decir, la búsqueda, por parte de ciertos movimientos políticos de un espacio de actuación no atravesado por la lógica del bene cio para poder operar ha propiciado la aparición de nuevos medios o modelos de organización, actuación e, incluso negocio.

TABLA 2

POSTURAS DE LOS MOVIMIENTOS SOCIALES FRENTE AL MERCADO Y LA TECNOLOGÍA

	TECNOLOGÍA SÍ	TECNOLOGÍA NO
MERCADO SE(2) Postura		
ACEPTA pragmática/instrumental (1) Primitivismo/ MERCADO NO Neoluddismo/Decrecimiento (3) Software libre/Open		
SE ACEPTA Access/Soberanía Tecnológica		

Hasta aquí lo presentado podría no sorprender ya que nos hemos centrando en una mera descripción del catálogo de posiciones o respuestas a las posturas de los movimientos sociales frente al dúo mercado y tecnología. Sin embargo, puede resultar interesante, al calor del último modelo presentado (3) discutir las últimas tesis de Mason sobre el *postcapitalismo* (2016). Este autor considera que el capitalismo no ha sabido adaptarse a los nuevos tiempos globales e hipertecnológicos y que está en crisis. De esta manera, argumenta Mason, el capitalismo que conocíamos hasta nales del siglo XX será sustituido por una suerte de economía colaborativa al estilo Wikipedia que crece sin parar. Sus provocadoras ideas sugieren una especie de sustitución de los engranajes mercantiles precisamente por acción conectiva. Podría resultar ingenuo pensar que este último modelo de actuación frente al mercado y a la tecnología supone de facto una superación completa del capitalismo. Sin embargo, es cierto que al menos en su formulación discursiva (aunque no siempre práctica) presupone un cuestionamiento de las dinámicas de mercantilización. Y este nuevo paradigma de actuación no deja de albergar movimientos sociales que surgen a partir de las disyuntivas y los atolladeros a los que se enfrentan los movimientos previos en su intento por compatibilizar redes comunicativas y tecnológicas con con guraciones económicas. Sin embargo, quedaría por ver hasta qué punto tales procesos colaborativos *online* o acciones conectivas son compatibles o no con el capitalismo. Es decir, las comunidades *online* organizadas en red y movilizadas políticamente cooperan produciendo conocimiento e información e intentando lidiar con lo tecnológico y lo económico a la vez. Por lo visto hasta ahora no podemos a rmar que sean un disolvente del capitalismo pero sí una posible fuente de fricciones con el mismo.

Lo cierto es que el cambio presentado por este último modelo no solo afectaría a las cuestiones de índole comercial o de valorización económica del uso tecnológico. Más bien tiene que ver con el tipo de

relaciones sociales que se establecen entre los participantes de las organizaciones políticas (militantes y activistas). En el modelo (2), el asumir de forma utilitarista el uso de herramientas digitales comerciales para la coordinación de movilizaciones y protestas genera grupos mediados por una red mercantilizada (servicios tecnológicos tales como Facebook, Blogspot o Hotmail). Ello podría suponer que las relaciones que se generan son, según el viejo vocabulario sociológico, débiles. Esto es, que la mercantilización del entramado virtual implica interacciones que dependen, en ocasiones, del dinero o de la publicidad (los tipos de cuenta, los servicios contratados, la relación con el servidor, la colaboración con *spams* y publicidades a través de la cesión de datos, etc.) y, por tanto, reducen la cohesión de los participantes. Los vínculos débiles han sido objeto de debate en ciencias sociales porque, si bien suponen una fragilidad mani esta con respecto a la fortaleza de otro tipo de interacciones pueden dar pie a resultados inesperados (la ampliación de las oportunidades si la red de vínculos débiles es extensa, tal y como describe Granovetter (1973) en la búsqueda de trabajo en su famoso estudio). Es decir, este tipo de vínculos débiles dilata una supuesta sociabilidad acumulativa (incrementa las probabilidades de contacto y contagio) aunque al precio de generar relaciones tenues y esporádicas. Así que, precisamente, a los dilemas de los movimientos sociales previamente mencionados respecto al uso de aparatos o empresas mercantiles hay que añadir estos sobre los modos de interaccionar con el entorno. La acción conectiva que se genera en estos parajes virtuales adolece entonces de otra di cultad: la creación de vínculos débiles que puedan deteriorar o hacer peligrar su impacto y continuidad en el tiempo. Algo que se ha visto en la fugacidad de algunas movilizaciones que, rápidamente, desaparecen ya que están basadas en simples encuentros esporádicos (*smart mobs* o *ash mobs*).

De hecho, numerosos autores han re exionado sobre la calidad de la sociabilidad generada virtualmente de cara a la constitución grupal. Sennett, por ejemplo, lamenta algunos tipos de conversaciones que se generan *online* (mero intercambio de información en intervenciones ordenadas) en detrimento de relaciones más dialógicas de escucha del otro (Sennett, 2012: 44-52). Aunque este autor no realiza una crítica profunda a las redes sociales comerciales, ejempli ca este tipo de problemas en un grupo de estudio sobre inmigración y refugio en el que participó usando una herramienta de Google ya desaparecida (Google Wave). El diseño de dicho *software* no dejaba de ser un algoritmo empeñado en hacer cooperar para tomar decisiones con cierta celeridad dada la mentalidad empresarial de la empresa impulsora. Los ingenieros que lo desarrollaron no valoraban las

conversaciones pasadas, los diálogos aparentemente irrelevantes pero socializadores o los temas adyacentes, solo la consecución de un resultado nal. En cierto sentido, gran parte de la vida *online* de los movimientos sociales y de su acción conectiva tiene que ver con el murmullo y la conversación y no tanto con la coordinación orientada y precisa hacia tomas de decisiones constantes. Las plataformas más mercantiles no siempre son capaces de producir esta identidad colectiva al no implicar completamente a los miembros en la misma construcción del espacio compartido.

Frente a ello, el modelo (3) aboga por un uso comunitario del hecho tecnológico que desmercantiliza dicha herramienta y que, por tanto, favorece la cohesión social a través de una grupalidad *online* más fuerte (más vinculante a través del compromiso con el proyecto). Al menos en teoría y bajo la formulación que se deriva de muchos de estos movimientos donde en la propia participación política existe ya una re exión adicional sobre la producción cooperativa y libre de conocimiento en el seno del mismo. Suponemos que este es un reto que está por con rmar y veri car: si es posible la formación de movimientos sociales sobre redes desmercantilizadas y con vínculos fuertes que aseguren la existencia de una sociabilidad cohesionada y una participación política duradera.

BIBLIOGRAFÍA

ARRIBAS LOZANO, A. (2015): "Recordar el 15M para reimaginar el presente. Los movimientos sociales en España más allá del ciclo electoral de 2015", *Interface* 7(1), pp. 150-164.

BENNETT, L. y SEGERBERG, A. (2012): "The Logic of Connective Action", *Information, Communication & Society*, 15(5), pp. 739-768.

BOURDIEu, P. (2001): *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama. CASTELLS, M. (2001): *La Galaxia Internet*, Barcelona, Plaza y Janés. CELORIO, M. (2011): *Internet y dominación. Hacia una sociología de la nueva espacialidad*, México DF, Plaza y Valdés.

DELLA PORTA, D. (2011): "Deliberation in Movement: Why and How to Study Deliberative Democracy and Social Movements", *Acta Politica*, 40, pp. 336-350.

— (en prensa): *Global diffusion of protest: Riding the protest wave in the neoliberal crisis*, Amsterdam, Amsterdam University Press.

DELLA PORTA, D. y MATTONI, A. (2012): "Patterns of Diffusion and the Transnational Dimension of Protest in the Movements of the Crisis: An Introduction", en D. della PORTA y A. MATTONI (eds.), *Spreading Protest: Social Movements in Times of Crisis*, ECPR Press.

FLESHER FOMINAYA, C. (2014): *Social Movements and Globalization: How Protests, Occupations and Uprisings are Changing the World*, Nueva York, Palgrave.

GRANOVETTER, M. S. (1973): "The strength of weak ties", *American Journal of Sociology,* 78(6), pp. 1360-1380.

LATOUCHE, S. (2008): *La apuesta por el decrecimiento*, Barcelona, Icaria. LESSIG, L. (2005): *Por una cultura libre*, Madrid, Tra cantes de Sueños.

MASON, P. (2016): *Postcapitalismo. Hacia un nuevo futuro*, Barcelona, Paidós. MAYER-SCHÖNBERGER, V. y CUKIER, K. (2013): *Big Data. La Revolución De Los Datos Masivos*, Madrid, Turner Noema.

MC HESNEY, R. W. (2013): *Digital Disconnect: How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*, Nueva York, The New Press.

MUMFORD, L. (2006): *Técnica y civilización*, Madrid, Alianza. OLSON, M. (1985): *Auge y decadencia de las naciones*, Barcelona, Ariel. RODRÍGUEZ, P. y MARTÍNEZ, F. (2016): *Poder e Internet. Un análisis crítico de la red*, Madrid, Cátedra. RODRÍGUEZ ZAPATERO, J. L. (2013): *El dilema: 600 días de vértigo*, Barcelona, Planeta. ROMANOS, E. (2011): "El 15M y la democracia de los movimientos sociales", *La Vie des Ideés*, 18 de noviembre (disponible en http://www.booksandideas.net/El-15M-y-la-democracia-de-los.html).

— (2016): "De Tahrir a Wall Street por la Puerta del Sol: la difusión transnacional de los movimientos sociales en perspectiva comparada", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 154, pp. 103-118.

SENNET, R. (2012): *Juntos. Rituales, placeres y política de la cooperación*, Barcelona, Anagrama. STALLMAN, R. (2004): *Software libre para una sociedad libre*, Madrid, Tra cantes de Sueños. TARROW, S. (2012): *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*, Madrid, Alianza.

VAN DAAL, J. (2015): *La cólera de Ludd*, Logroño, Pepitas de Calabaza. ZERZAN, J. (1994): *Futuro primitivo*, Valencia, Numa Editorial.

CONTRA LA MERCADOTECNIA POLÍTICA

ENRIQUE GIL CALVO

Abrí este libro con el relato de un éxito publicitario, y ahora por simetría lo quiero cerrar del mismo modo. Como se sabe por la evidencia histórica, las innovaciones técnicas tienen con frecuencia un origen militar. Y así ocurrió también con el desarrollo de la publicidad electoral. Antes de que se inventara el concepto, el primero en recurrir al márketing político fue el general Eisenhower, al contratar a Ross Reeves de la agencia Ted Bates (la fuente de inspiración para construir el personaje de Dan Draper en *MadMen*) para la creación del primer anuncio publicitario de carácter electoral en su exitosa campaña presidencial de 1952, al frente del ticket republicano formado con Dick Nixon que derrotó a la pareja Stevenson-Sparkman, terminando así con los 20 años de predominio demócrata inaugurados por Roosevelt tras el estallido de la Gran Depresión. Y la innovadora campaña diseñada por Reeves, bajo el lema "Eisenhower responde a América" como proposición única de venta (la célebre USP o *Unique Selling Proposition*, concepto también establecido por él), consistió en una batería de 49 anuncios televisivos de 30 segundos, formalmente idénticos a los mensajes de la publicidad comercial, en los que el candidato daba respuesta en cada anuncio a una sola pregunta formulada por un votante típico diferente cada vez[71]. Simpli cación, diferenciación e identi cación, como elementos nucleares de la e cacia retórica de la publicidad electoral.

Con ello se iniciaba la era del márketing político que invita a los ciudadanos a que elijan personal y libremente una candidatura propia frente a las demás alternativas competidoras disponibles en el mercado electoral, y ello de acuerdo a la losofía que ya contemplamos al comienzo del libro resumida en la fórmula de Manuel Luque: "busque, compare y si encuentra algo mejor, cómprelo"; es decir, en nuestro caso: "elíjalo, vótelo". Ahora bien, esto que ahora nos parece lógico y natural, como si fuera algo evidente por sí mismo, es en realidad una situación no solo arti cial sino además paradójica. Durante casi toda la historia de la democracia representativa, votar no ha sido un acto de libre elección sino una cuestión de fe y un gesto de compromiso. No elegías la candidatura que más te convenía, dentro de un repertorio de candidatos a seleccionar, sino que votabas a los tuyos, a los que querías, en quienes creías y con los que te identi cabas.

Por eso, como sostiene grá camente Peter Mair al describir la edad de oro de la democracia de partidos en vigor hasta 1960, en puridad al votar no se elegía (como el que escoge una marca dentro de un catálogo de productos comerciales) sino que se hacía una profesión de fe, del mismo modo y por la misma razón que tampoco eliges a qué iglesia acudes a rezar, en qué gusto estético te reconoces o con qué creencias ideológicas te identi cas. “Se consideraba que los votantes ‘pertenecían’ a sus partidos, y el acto de votar se veía como una expresión de identidad y compromiso, más que como resultado de una elección razonada entre alternativas rivales”, como observaron Rose y Mossawir (1967: 186). “Decir que en unas elecciones dadas la mayoría de los votantes ‘elige’ un partido es tan engañoso como decir que un creyente ‘elige’ el domingo ir a una iglesia anglicana en vez de a una presbiteriana o a una baptista”, Mair (2015: 90).

Y es que, contra lo que a rma el márketing político, la democracia no es un mercado electoral, donde todas las candidaturas son equivalentes, intercambiables y sustituibles entre sí, como los detergentes del supermercado, sino que es un campo de juego (por decirlo a la manera de Bourdieu) que está socialmente estructurado en clases sociales, fracturas de clase y grupos de estatus antagónicamente relacionados entre sí. Por eso al votar solo puedes elegir a los tuyos, es decir, a aquellos a los que consideras de “los nuestros”, y no se te ocurre elegir a “los otros”, que son precisamente aquellos contra quienes acudes a votar para tratar de evitar que te perjudiquen o te gobiernen.

Así ocurría hasta la década de los años cincuenta incluida, cuando la delidad del voto estaba garantizada y no había espacio apenas para la actual volatilidad electoral. Hoy sí puede parecer verdad que muchos ciudadanos eligen en las urnas al mejor postor, estando dispuestos a cambiar de voto como de chaqueta para dedicarse venalmente al transfuguismo político. Pero hace cincuenta años no sucedía así, pues por todo el Occidente democrático predominaba el voto socialmente estructurado, determinando que, según cual fuera tu ocupación, tu empleo, tu hábitat y tus creencias, así habría de ser tu comportamiento electoral: no elegías tu voto sino que, por decirlo así, te sentías elegido por él, como si fuera una misión encomendada por la posición social que ocupabas en tu comunidad frente a tus demás conciudadanos. Ahora bien, como hemos visto con la campaña de Eisenhower, todo esto comenzó a cambiar a partir de los años cincuenta.

¿Por qué ocurrió así? ¿Qué fue lo que impulsó el cambio? A los consultores políticos les gustaría creer que todo fue un efecto indirecto

de su propia e cacia profesional, pues al profesionalizarse las campañas electorales con el uso creciente de técnicas de márketing político, los electores empezaron a desprenderse de sus prejuicios culturales y sus ataduras ideológicas para pasar a comportarse con creciente racionalidad política, lo que les llevó, como en el anuncio de Luque, a buscar y comparar para elegir al candidato más favorable para sus propios intereses.Y es verdad que, en efecto, la historia del márketing político se inicia en los años cincuenta para alcanzar su apogeo ahora mismo con el inicio de siglo. Lo que sus profesionales interpretan en el sentido de que han sido ellos los fautores del cambio político, al impulsar y favorecer la transformación de la democracia representativa. Y la misma interpretación, aunque de signo opuesto y con condena moral incluida, se contiene en la crítica de la llamada "americanización" de la política (precisamente iniciada en la campaña presidencial de 1952), que atribuye a los excesos del márketing electoral (personalización, banalización, espectacularización, telenovelización) la actual degeneración de la democracia mediatizada o teledirigida.

Pero aquí sucede como en el tópico acertijo de qué fue antes, si el huevo o la gallina. Pues igual que algunos sostienen que la democracia cambió (o degeneró) a causa del efecto causal ejercido por el márketing político, otros muchos plantean la más plausible hipótesis opuesta de que la democracia representativa ya estaba cambiando por sí misma, y que ante su patente transformación hubo de recurrir al márketing político externo para tratar de controlar los peores efectos degenerativos de su propia deriva endógena. Pero al hacerlo así se comportó como en el cuento del aprendiz de brujo, poniendo en marcha los deletéreos efectos de un márketing político que a n de cuentas habría de comportarse como el genio de la botella, que una vez fuera se enseñoreó de quien le había conjurado para esclavizarlo contra su propia voluntad. Pues como veremos al nal de este escrito, los actuales intentos de regenerar la política están fracasando a causa de su necesidad de recurrir a los perversos servicios del denostado márketing político.

LA EVOLUCIÓN DE LA DEMOCRACIA

Consideremos la descripción más conocida de cuál ha sido la trayectoria histórica seguida en los últimos 200 años por la democracia representativa (aquella donde no gobierna el pueblo sino

los representantes políticos elegidos por este). Para Bernard Manin (1998), puede decirse que se ha producido la sucesión de tres modelos distintos entre sí, cada uno revestido de características propias. Ante todo la democracia liberal o censitaria, típica del siglo XIX, donde gran parte de la población estaba privada del derecho al voto y quienes gobernaban organizados en partidos de cuadros eran los notables locales, en representación directa de una exigua elite de terratenientes, grandes propietarios, patricios, comerciantes, empresarios y demás profesionales urbanos.

Posteriormente, desde nales del XIX y hasta bien pasada la primera mitad del siglo XX, y una vez establecido el sufragio universal (al menos masculino), se produjo el advenimiento de la democracia de partidos, donde quienes gobernaban, sucediéndose en el control del poder público, eran los miembros vitalicios de la cúpula oligárquica de los partidos de masas, que representaban los intereses colectivos de grandes agrupaciones de electores estructurados en función del origen de clase, la actividad económica, la a liación religiosa y las creencias ideológicas: la socialdemocracia, el conservatismo, la democracia cristiana, el partido agrario, la pequeña burguesía, *etc.* Y, nalmente, en un tercer estadio de la evolución política reciente, tras las grandes crisis culturales y económicas de los años sesenta y setenta y la posterior caída del Muro de Berlín, se produjo la llegada de lo que Manin bautizó como democracia "de audiencia" (mediática), donde quie -nes alcanzan el poder ya no son los notables locales ni los burócratas de partido sino los líderes electorales que con su imagen personalizada logran el favor de la opinión pública a través de sus actuaciones *(performances)* ante las cámaras de televisión, asesorados por los *dir com* y los *spin doctors* que les diseñan su *framing* y su *storytelling*: es la videopolítica de la democracia teledirigida denunciada por Giovanni Sartori (1998).

Como es evidente, estas tres fases o estadios son tipos ideales o fotos jas independientes entre sí, tal como resultan singularizadas por sus rasgos diferencialmente distintivos. Y así secuenciadas una tras otra, vienen a componer una especie de historia natural de la democracia representativa donde la primera fase (democracia de notables) signi caría la etapa inicial de ascenso, la segunda (democracia de partidos) correspondería a la fase central de culminación o apogeo, y la tercera (democracia de audiencia) vendría a suponer la actual fase declinante de desafecto, decadencia y retroceso. Un ujo en tres fases dirigido por la echa del tiempo que a veces tiende a identi carse con la conocida secuencia predeterminada que transita de lo premoderno a lo moderno y de aquí a lo posmoderno. Pero al margen de estos convencionales juicios de valor, presuntamente progresistas, lo que

más debe interesarnos no es tanto la coherencia o inconsistencia de cada fase en particular, en sí misma considerada, sino los factores dinámicos que las han hecho evolucionar, impulsando los procesos de transición de una a otra.

Y lo más útil es explicar su transformación a partir de los cambios estructurales experimentados por sus bases sociales. Así, la democracia censitaria nacida tras la revolución burguesa correspondía a lo que Arno Mayer (1984) llamó la persistencia del antiguo régimen, donde una sociedad que todavía era en buena medida preindustrial (por el predominio del sector primario de la economía mientras la aristocracia conservaba su hegemonía cultural) se regía por un régimen formalmente parlamentario que solo servía de fachada pseudodemocrática, pues estaba dominado por una elite de propietarios oligárquicos que excluía al resto de la población. Un modelo de sociedad que entró en crisis tras la irrupción de las masas urbanas atraídas por el impacto de la Revolución industrial, que con sus procesos de migración, urbanización y salarización generó las nuevas demandas reformistas y a veces revolucionarias de inclusión política y extensión del derecho al voto, para conquistar nalmente el sufragio universal ya entrado el siglo XX.

De ahí que la segunda fase de la democracia de partidos corresponda ya a una sociedad plenamente industrial, estructurada corporativamente por las grandes organizaciones obreras y patronales que constituyen la base de los partidos socialdemócratas y liberal-conservadores. A partir de ahí, a todo lo largo del “siglo de la política de masas”, se instaura la “edad de oro de los partidos de masas” (Mair, 2015: 89-93), que con dramáticos altibajos durante el periodo de entreguerras se consolidó nalmente tras la Segunda Guerra Mundial, llegando a su cénit con el pleno desarrollo del Estado de bienestar que garantiza la protección universal de los derechos sociales. Y por último, una vez llegada a su madurez la sociedad de consumo de masas, es cuando ya en los años setenta se produce nalmente el advenimiento de la sociedad posindustrial descrito por Daniel Bell (1976), a cuyo proceso de fragmentación y desestructuración social, con el consiguiente desclasamiento de nido por Ulrich Beck (2003) como individualización, y por Zygmunt Bauman (2003) como modernidad líquida, le corresponde la democracia de audiencia de Bernard Manin como superestructura política.

EL MERCADO DE LA POLÍTICA

Pero para poder entender la lógica interna de su proceso evolutivo, esta secuencia histórica de transformación infraestructural deber completarse con la descripción de la dinámica especí ca que adoptan las instituciones políticas por propia autonomía. Es lo que hizo Peter Mair cuando analizó la evolución experimentada por los partidos políticos de una fase a otra. Los partidos de cuadros de los que se servían los notables para controlar el poder en la democracia censitaria podían sostener para justi carse que defendían el interés general porque el resto de la población políticamente excluida no tenía voz ni voto. Pero al irrumpir las masas industriales en el nuevo espacio público, esa ción ya no se pudo seguir manteniendo, y los partidos de cuadros decayeron para dejar espacio a los nacientes partidos de masas, que ya no decían representar al interés general sino los intereses colectivos de sus representados: los socialistas a los asalariados, los conservadores a los propietarios, *etc.* Es la época no del mercado del voto sino de la lucha electoral de clases, pues cada actor político individual o colectivo, fuera representante o representado, sabía muy bien cuáles eran los intereses de partido que defendía, a los que servía y por los que votaba. Por eso cada partido de masas generaba su propia identidad colectiva que actuaba como una subcultura endogámica de pertenencia articulada por redes de solidaridad que generaban cohesión, lealtad y con anza pública.

Pero en los años cincuenta y sesenta (la época de Eisenhower y de *Mad Men*), el partido de masas se transforma en el partido-escoba o "atrápalo todo" *(catch all party)* descrito por Otto Kirchheimer en 1966. Un partido que no se limita a defender los intereses colectivos de sus representados sino que aspira a representar también los intereses de los demás, pescando en los caladeros de votos de los partidos rivales para lo que se declara defensor también del interés general. Este es el momento decisivo en que la política democrática, hasta entonces entendida como lucha electoral de clases, se transforma en un mercado libre de abierta competencia por el voto disponible, para lo que se recurre al márketing comercial como herramienta política. Es lo que expresa magistralmente, como hemos visto antes, la propuesta única de venta que Ross Reeves diseña para Eisenhower, quien se ofrece a representar por igual a todos los americanos (léase, estadounidenses) sea cual sea su origen, profesión, raza, confesión o clase social.

A partir de ahí la política democrática se somete al márketing electoral y se reconvierte en *infotainment* (infoentretenimiento): una especie de competición deportiva retransmitida en directo ante un

público de espectadores pasivos que la consumen como si fuera un mero espectáculo de masas, a mitad de camino entre melodramático y tragicómico. Es la telenovelización de la democracia denunciada por Bouza (2007), que banaliza la política, como remarca el subtítulo de Mair (2015), pero que entretiene a la audiencia llenando los bolsillos de los profesionales mediáticos. Y su mejor caricatura es el célebre título del último gran representante de la Escuela de Toronto, Neil Postman (2001): "Divertirse hasta morir, el discurso público en la era del *show business*".

Peter Mair explica la eclosión del *catch-all party*, que vino a suceder y a sustituir al viejo partido de masas, por un doble motivo. Ante todo porque, en realidad, el partido de masas murió de éxito, al cumplir todos sus objetivos programáticos tras lograr que el Estado de bienestar asumiera la defensa universal de todos los intereses sociales, garantizando la redistribución keynesiana de la renta con el sostenido crecimiento de los salarios reales durante la época gloriosa del capitalismo de masas. Así fue como se produjo el aburguesamiento de la clase obrera que predispuso a los asalariados con movilidad ascendente a considerarse a sí mismos como electores de clase media efectivamente dispuestos a votar a partidos liberal-conservadores. Lo que pudieron hacer porque además los viejos partidos de cuadros, para adaptarse al nuevo modelo imperante del partido de masas, se reconvirtieron a su vez en partidos interclasistas, manteniendo para ello su objetivo programático heredado de la democracia censitaria de defender el interés general. Y de este modo, unos y otros empezaron a competir entre sí pugnando por demostrar no quién defendía mejor los intereses partidistas de sus a liados sino quién servía los intereses generales con mayor e cacia profesional. Como sostiene Mair, "no es solo que el voto se ha vuelto más volátil y desligado [de la estructura social], es que lo mismo les ha ocurrido a los partidos, con el resultado de que la competición política se caracteriza por la pugna entre eslóganes socialmente inclusivos a n de obtener el apoyo de electorados socialmente amorfos" (Mair, 2015: 74).

Con ello se instauró la de nitiva mercantilización de la política, tras la sustitución de la vieja lucha electoral de clases por el nuevo mercado del voto interclasista, que reduce la democracia electoral a una competición entre programas de gobierno arbitrada por los votantes como electores soberanos. Un mercado del voto teorizado por la Escuela de Rochester con Anthony Downs a la cabeza, quien con su texto de 1957 *Una teoría económica de la democracia* estableció de nitivamente el modelo mercantil de democracia electoral, donde los partidos interclasistas compiten por el poder ofertando políticas públicas alternativas en respuesta a las demandas ciudadanas. Y así se venía a

respaldar el modelo teórico denominado “elitismo competitivo” que a partir de Max Weber había sido formalmente propuesto quince años antes por Joseph Schumpeter en su célebre obra *Capitalismo, socialismo y democracia*, donde se considera a las elecciones como una forma incruenta de seleccionar a los competidores por el poder.

EL CÁRTEL DE PARTIDOS

No obstante, la mercantilización de la política no se detuvo ahí, sino que prosiguió su avance imprimiendo una nueva vuelta de tuerca hacia la paulatina erosión de la democracia de masas. En su análisis de la evolución de los partidos políticos, Peter Mair dio un paso más allá del partido “atrápalo todo” de Kirchheimer y, junto con Richard Katz, propuso ya en 1995 otra nueva forma identi cable: el “partido-cártel”, que habría venido a suceder y a sustituir, a partir de los años setenta y ochenta, al anterior *catch-all party*. Seguimos de nuevo en el elitismo competitivo que se disputa el mercado del voto interclasista. En teoría, este mercado debe partir de un equilibrio entre partidos ofertantes y ciudadanos demandantes, en el que las ofertas de los partidos deben responder satisfactoriamente a las demandas de los ciudadanos. Pero en la nueva versión cartelizada, los “partidos-cártel” ya no compiten por responder satisfactoriamente a la demanda ciudadana sino que se ponen colusivamente de acuerdo entre ellos para pactar una misma oferta en común a espaldas de los ciudadanos demandantes. Y esto del mismo modo en que hacen las grandes corporaciones industriales, por ejemplo automovilísticas, cuando coluden para conformar un cártel que pacta precios y regulaciones técnicas (por ejemplo, emisiones contaminantes) a espaldas del consumidor, ofertando en esencia los mismos productos básicos apenas diferenciados entre sí por la etiqueta, el eslogan y la apariencia estética de su política de ventas: marca, modelo, diseño, publicidad, imagen, *etc.*

Pues bien, lo mismo hacen los viejos partidos interclasistas, que ya no compiten realmente entre sí, ofertando políticas económicas alternativas y contrapuestas, sino que todos mantienen la misma política neoliberal ya sea con etiqueta conservadora o socialdemócrata, sin diferenciarse entre ellos más que por su escenografía de márketing electoral. Es la “posdemocracia” tan criticada por Colin Crouch (2004) o el “vacío democrático” denunciado por el propio Peter Mair. Y en este proceso de creciente

cartelización resultó modélica la “tercera vía” teorizada por Giddens (1996), ni socialdemócrata ni conservadora, aplicada con mano maestra durante varios mandatos por el brillante liderazgo mediático de Tony Blair. Pero en tal caso, la competencia ya no es real (aunque siga siendo elitista) sino solo cticia, pues se ventila exclusivamente en la arena mediática de cara al espectador mediante la puesta en escena del márketing electoral.

¿Cuáles fueron las razones que explican la deriva mercantilizadora que va evolucionando desde el partido de masas hasta el “partido-cártel”, pasando por el partido “atrápalo todo” como estación intermedia? Para Peter Mair, todo se debe a la creciente y progresiva autonomización de los partidos políticos respecto de sus bases sociales, que a su vez desconfían y se desentienden de sus representantes políticos. Al comienzo del proceso, los partidos están muy próximos a los ciudadanos a quienes representan, abogando por ellos en defensa de sus intereses inmediatos; mientras que en cambio se sienten muy alejados de los poderes públicos ante quienes presentan las reclamaciones ciudadanas. Pero a lo largo del proceso, y conforme los partidos políticos van ocupando cargos gubernamentales y administrativos para satisfacer las demandas de sus representados, progresivamente se van distanciando de estos y acercándose al poder público del Estado, terminando por identi carse con este por sentido de la responsabilidad profesional. En el punto medio de la transformación, el partido “atrápalo todo” todavía ocupaba una posición intermedia, y neutral por decirlo así, entre el Estado y los ciudadanos representados. Pero al nal del proceso, en el “partido-cártel”, el distanciamiento respecto a los ciudadanos y la identi cación con el poder del Estado ya se ha hecho total.

Con ello se rompe el equilibrio entre oferta y demanda política que debería presidir un mercado del voto de competencia perfecta. Pues la cartelización no solo supone una vulneración de las leyes de la competencia sino que además signi ca dejar de proporcionar cumplida respuesta a las demandas ciudadanas, como debería hacerse en teoría para dar satisfacción a los electores soberanos. De tal modo que ya no son los ciudadanos demandantes quienes eligen y seleccionan las ofertas de políticas públicas sino a la inversa, son los ofertantes quienes imponen unas mismas políticas a los ciudadanos privándoles de la capacidad efectiva de escoger. En consecuencia los políticos profesionales dejan de depender de los ciudadanos a los que representan para concentrarse en la ocupación de cargos públicos bien remunerados, así como en buscarse rentables salidas hacia la empresa privada en cuanto abandonan el poder. Son las célebres “puertas giratorias” que mejor caracterizan la cartelización de la política, con

su espuria y a veces corrupta colusión entre los intereses públicos y los privados. Y en justa contrapartida, al ver desatendidas casi todas sus demandas, los ciudadanos se desentienden a su vez de la cosa pública, renegando de los políticos y pasando a retirarse a su vida privada.

Cabe señalar que este abandono por los partidos del lado de la demanda, para concentrarse en el lado de la oferta, se corresponde muy bien con el giro neoliberal que por la misma época (n del siglo anterior y comienzo de este) estaba dando la política económica de las democracias occidentales, hasta entonces centrada en garantizar el lado de la demanda a la manera keynesiana, pero desde ese momento dedicada a favorecer el lado de la oferta al modo monetarista. Y por contagio del economicismo imperante, la mercantilización de la política precedió a adoptar el mismo giro neoliberal, favoreciendo y rentabilizando el lado de la oferta política al precio de perjudicar y penalizar el lado de las demandas ciudadanas. Un giro neoliberal cuya peor expresión fue la política de ajuste presupuestario y austeridad en el gasto público que tanto lesionó a partir de 2010 los intereses ciudadanos de la Europa meridional.

Como se ve, esta cartelización de la política partidaria se corresponde perfectamente con la crisis de la representación política de la que hace tiempo se viene haciendo eco la literatura académica (Porras Nadales, 1996). Y determina en consecuencia que una buena parte de la ciudadanía se sienta cada vez más alienada respecto de sus representantes políticos, a quienes se visualizan como exclusivamente dedicados a defender sus propios intereses partidarios en lugar de defender los intereses de sus representados. De ahí el impresionante aumento de la desafección política y de la descon anza hacia los partidos que predomina en la opinión pública, como ya he analizado en otro lugar (Gil Calvo, 2014), provocado ante todo por el terrible impacto social que tuvo el “austericidio”, pero determinado en última instancia por la creciente mercantilización de la política. Y aquí conviene distinguir entre dos formas de mercantilización de la democracia. Una mercantilización exógena, debida al sometimiento de la política económica a los dictados de los mercados nancieros, como ha analizado Sánchez-Cuenca (2014) en su libro *La impotencia democrática* . Y una mercantilización endógena, emergente de la propia deriva de los partidos políticos, que ha terminado por convertir la democracia en un mercado elector asimétrico, viciado por el predominio unilateral de unas ofertas partidistas ya independizadas de las demandas ciudadanas que quedan sin respuesta. De ahí la caricatura surgida en Italia en 2007 de una auténtica “casta” política que, actuando como una elite depredadora, abandona al sufrido pueblo a su suerte explotando sin misericordia la cosa pública (Rizzo y Stella, 2007). Un

relato maniqueo que está en el origen del “No nos representan” del 15M y el posterior discurso de Podemos.

Pero adoptando la ecuanimidad académica sin caer en demagogias, podemos entresacar la demoledora síntesis literal del propio Peter Mair: El elemento clave en esta transformación es que los partidos han reducido su presencia en la sociedad y se han convertido en órganos de gobierno. En este sentido se puede hablar de retirada de las elites aunque con una diferencia obvia: mientras los ciudadanos en retirada son empujados hacia un mundo privatizado o individualizado, las elites políticas en retirada se repliegan en el mundo o cial de los cargos públicos. Los refugios buscados tras la extinción del partido de masas pueden ser diferentes, pero la retirada es recíproca. No es que los ciudadanos se estén desentendiendo y dejando atrás a los despreciados políticos, o que los políticos se estén retirando y dejando sin voz a los desventurados ciudadanos (según la más burda interpretación populista). Sino que ambas partes se están retirando en un proceso de refuerzo mutuo. Las elites tienden a retirarse a las instituciones como defensa contra las incertidumbres del mercado electoral. Al mismo tiempo, los ciudadanos se apartan de los partidos y de la política convencional. Hay un mundo de ciudadanos (o una in nidad de mundos individuales de ciudadanos) y un mundo de los políticos y los partidos, y la interacción entre ambos mundos no deja de disminuir. Los ciudadanos dejan de ser participantes y se convierten en espectadores, mientras las elites ocupan un espacio cada vez más lejano en el que perseguir sus intereses particulares. El resultado es el principio de una nueva forma de democracia, en la que los ciudadanos permanecen en casa mientras los partidos se ocupan del gobierno (Mair, 2015: 106-107).

LOS CÁRTELES ESPAÑOLES

Podría parecer que la escena política española supone una refutación en toda regla de la hipótesis cartelizadora propuesta por Mair. En efecto, el cártel de partidos se asocia al consenso consociativo y neocorporatista típico de los gobiernos multipartidarios de coalición transversal que es común y usual en el centro y norte de Europa (Lijphart, 2007). Mientras que en cambio en el sur de Europa, y en particular en España, la práctica política habitual no favorece el consenso colusivo (que solo se dio al comienzo de la Transición, entre 1977 y 1980, con acuerdos transversales y multipartidarios como los Pactos de la Moncloa) sino, antes al contrario, lo que se ha convenido en llamar la “crispación”, es decir, el antagonismo excluyente y la confrontación bipolar (Maravall, 2008; Gil Calvo, 2008). Tanto es así que autores como Hallin y Mancini (2008) proponen el caso español como ejemplo prototípico de su modelo de “pluralismo polarizado”, típico del sur latino-mediterráneo, que se contrapone a sus otros dos modelos teóricos, el liberal o atlántico y el corporativo del norte de Europa. De tal modo que en España no parecería haber espacio para la cartelización, entendida como práctica política de acuerdos colusivos entre los grandes partidos a espaldas de los ciudadanos. Por el

contrario, entre nosotros se impone el negativismo interpartidario más extremo, como demuestra la incapacidad de formar Gobierno tras dos elecciones generales en 2016.

Pero si bien se mira, junto a la omnipresente confrontación política con extrema hostilidad antagonista y agresiva violencia verbal, en la práctica pueden acordarse pactos colusivos en público o en la sombra. A pesar de que el PSOE y el PP esceni caron una auténtica guerra civil incruenta durante las legislaturas de Rodríguez Zapatero, ello no les impidió suscribir por consenso en septiembre de 2011 la reforma exprés de la Constitución que consagraba la regla de oro de la estabilización presupuestaria a solicitud del Banco Central europeo. Por lo demás, las políticas de ajuste scal, recorte del gasto social y austeridad a ultranza que desde mayo de 2010 aplicó a demanda europea el Gobierno socialista de Rodríguez Zapatero fueron después formalmente continuadas en los mismos e incluso peores términos por los gobiernos conservadores de Rajoy. Y a nadie le pudo sorprender que fuera así, pues en realidad, desde que el Gobierno socialista de González accedió al poder en 1982, su política económica siempre se caracterizó por su moderada ortodoxia social-liberal (que es una forma suave de neoliberalismo con rostro humano), actuando así como un auténtico precursor de la "tercera vía" de Tony Blair. Y desde entonces, la política económica de los ejecutivos españoles ha exhibido una gran continuidad (en de nitiva heredera del consenso de los Pactos de la Moncloa), basada en un tácito consenso bipartidista que podemos de nir como corporatismo social-liberal intervencionista y clientelar (CSIC). Así fue a pesar de las bruscas alternancias entre los gobiernos populares y los socialistas, que siempre han venido anunciadas por los violentos escándalos políticos que acompañaron el dramática nal de mandato primero del presidente González, después del presidente Aznar, luego del presidente Rodríguez Zapatero, y ahora por último del presidente Rajoy.

De modo que la esceni cación mediática de una extrema confrontación política no impedía en absoluto que, a la vez, se diera por la vía de los hechos una especie de consenso tácito o pacto en la sombra por el que se sostenían prácticamente las mismas políticas económicas y sociales sin más matices diferenciales que la forma de justi carlas ante la opinión pública. De ahí que a ese doble juego de poder yo lo cali case de "tragicomedia" de la crispación, para hacer ver que la aparente confrontación tenía mucho más de representación teatral que de otra cosa. Y aún existe otro elemento de juicio que permite hablar de cartelización española, por contradictoria o paradójica que resulte. Y es que el objeto (o los objetos) de la confrontación política entre los grandes partidos no surgían como

respuesta a las demandas populares de sus representados sino todo lo contrario. Fuera la judicialización de la política (escándalos de corrupción), la lucha contra el terrorismo (manipulación de las víctimas), los con ictos religiosos (aborto, matrimonio homosexual) o los con ictos territoriales (nacionalismo, estatutos de autonomía), siempre se trataba de agendas surgidas del lado de la oferta política partidaria, nunca del lado de la demanda ciudadana. *Ergo* se cumple el principio de nitorio de la cartelización política, que es imponer agendas partidarias a espaldas de la ciudadanía.

Por eso, si el lector benevolente me permite este irónico juego de palabras, yo propongo entender por analogía la cartelización de la política española no al modo de los cárteles industriales sino a la manera de los cárteles del narcotrá co, que luchan cruentamente entre sí por repartirse el control territorial de los mercados ilícitos del trá co de drogas, personas o armas. Pues bien, de modo afortunadamente incruento, también los cárteles políticos españoles luchan acerbamente entre sí por repartirse el control mediático del mercado electoral (y el control clientelar de los mercados ilícitos de la corrupción política), siempre enzarzados en una dura guerra de posiciones en defensa del propio territorio político frente a los ataques depredatorios de sus rivales y recurrentemente encerrados en ciclos de venganza a la siciliana. Ahí está como peor ejemplo de cartelización española la guerra sin cuartel que desgarra al PSOE mientras escribo esto, escindido en dos banderías irreconciliables que enfrentan a su secretario general contra los barones territoriales. Y esta cartelización se practica disputando por todos los medios, juego sucio incluido, el territorio electoral del adversario vecino, para lo que no se duda en importar o robar sus ideologías (nacionalistas, populistas o socialdemócratas) mientras se trata de marcarles la agenda imponiendo otras nuevas de carácter interclasista que nadie podría dejar de apoyar: lucha contra la corrupción del rival, defensa de las inocentes víctimas ofendidas, agravio territorial irredento, *etc.*

Una competición electoral que se juega no tanto en torno a las políticas públicas que interesan a la ciudadanía (pues todos los programas son bastante parecidos entre sí, dado que los copian unos de otros respetando la ortodoxia social-liberal) como en el campo de la personalización política (fulanismo, presidencialismo, culto a la personalidad, batalla por la reputación, política del escándalo, persecución *ad hominem*, ajustes de cuentas) y en el recurso melodramático al peor efectismo sensacionalista del márketing electoral: negativismo polarizador, criminalización del adversario, fabricación del enemigo exterior e interior, búsqueda del factor sorpresa… Es la “telenovelización de la política”, por decirlo al modo

de Bouza (2007), quien resume las herramientas del márketing electoral en cuatro"factores de noticia" (la personalización de los programas, el negativismo destructor de la reputación de los rivales, la explotación de la sorpresa creada por golpes de efecto *ad hoc* y la manipulación de la agenda) que, al combinarse malintencionadamente, convierten la política española en un serial melodramático de bajas pasiones cainitas.O un culebrón de cárteles ilegales poblado de sicarios donde se enfrentan a muerte (política) los buenos (los nuestros) contra los malos (los contrarios).

LA POLÍTICA DE BAJO COSTE

Erosionados por su mercantilización electoralista, los viejos partidos de masas están en decadencia, tras reconvertirse en partidos "atrápalo todo" y degenerar en "partidos-cártel". Este podría ser el pesimista diagnóstico formulado por Peter Mair en su testamento intelectual *La política del vacío*, que no tuvo tiempo de advertir ni reconocer ninguna nueva transformación ulterior en la dinámica evolutiva de los partidos políticos. Pero siguiendo su misma lógica, aquí se puede dar un paso más allá de Mair para proponer la emergencia reactiva de otro nuevo tipo de partido político, posterior al "partido-cártel". Como la naturaleza le tiene horror al vacío, esa vaciedad política denunciada por Mair, como efecto de la cartelización de los grandes partidos, pronto ha sido ocupada por la irrupción de nuevos partidos emergentes, creados por emprendedores políticos recién llegados que han vuelto a ser receptivos a las demandas desatendidas de los ciudadanos. Y este nuevo tipo ideal (en el sentido de Weber) sería el partido *low cost* o partido de bajo coste, que habría venido a sustituir y a suceder a los viejos partidos cartelizados. Si estos languidecen y degeneran, encerrados en el búnker de su elitismo competitivo, los nuevos partidos emergentes se dedican a tratar de superarles mediante la práctica del populismo competitivo, lo que están logrando con gran éxito electoral.

Así está ocurriendo en los tres países mediterráneos que mejor ejempli can el tipo político de "pluralismo polarizado" propuesto por Hallin y Mancini (2008): la Coalición de Izquierda Radical Syriza en Grecia, bajo el liderazgo de Alexis Tsipras; el Movimento 5 Stelle (M5S) en Italia animado por el cómico Beppe Grillo; y el partido-movimiento Podemos que en España creó Pablo Iglesias. Casos todos ellos de emprendedores políticos capaces de crear casi de la nada una

start up política (una nueva compañía emergente) capaz de competir en muy poco tiempo con los grandes líderes del mercado electoral, midiéndose de tú a tú con ellos y llegando incluso a superarlos, como sucedió en Grecia con la "sorpasokización" del partido socialista Pasok por Syriza. También el Movimiento 5 Estrellas quedó en cabeza en las elecciones italianas de 2013, y nuestro propio Podemos ha obtenido el apoyo electoral mayoritario en Cataluña y en el País Vasco, estando además a punto del sobrepasar al PSOE a escala estatal, en un esperado *sorpasso* que todavía no ha llegado a materializarse en el día de hoy.

Pero aparte de estos tres populismos de izquierdas del sur de Europa, por todo el continente han surgido también otros nuevos partidos emergentes que han hecho del populismo competitivo un arma e caz de márketing electoral[72]. Es el caso del Frente Nacional en Francia, donde la hija del fundador Jean-Marie Le Pen, Marine, encabeza hoy los sondeos presidenciales. O el del UKIP del Reino Unido, que bajo el liderazgo de Nigel Farage impuso la victoria del *brexit* (la salida de Reino Unido de la UE) en el referéndum del 23 de junio de 2016. Y otros muchos ejemplos de una lista interminable: como la Lega Nord lombarda (dirigida por Mateo Salvini tras la retirada de Umberto Bossi), el amenco Vlaams Belang de Bruno Walkemiers, el holandés Partido por la Libertad (PVV) de Geert Wilders, los Auténticos Finlandeses de Timo Soini, el Partido Popular Danés (Dansk Folkeparti) de Kristian Thulessen Dahl, el noruego Partido del Progreso de Siv Jensen, los Demócratas Suecos de Jimmie Akeson, la Alternativa por Alemania (AfD) de Frauke Petry, el Partido de la Libertad de Austria (FPÖ) de Heinz-Christian Strache, etc.; movimientos populistas de extrema derecha cuyo común denominador es la xenofobia y el euroescepticismo, por cuanto logran éxito electoral fabricando un doble enemigo exterior: los inmigrantes y la burocracia de Bruselas.

Fuera del continente, ahí está el *tea party* en los EE UU, un populismo antifederal relacionado con el supremacismo blanco que basó su éxito en designar a Barack Obama como el enemigo principal, batalla hoy continuada por la delirante candidatura presidencial de Donald Trump. Y otro caso aparte es el del secesionismo catalán, un populismo emergente surgido en 2010 (tras la sentencia del TC sobre el *Nou Estatut*), pero potenciado en 2012 por el "austericidio" de Rajoy, que no dirige su fobia contra los inmigrantes ni contra Bruselas sino contra Madrid y la clase política española, lo que le aproxima a Podemos favoreciendo que la sucursal catalana de este, los diversos "comunes" de Ada Colau (Barcelona en Comú, En Comú Podem), obtenga gran éxito electoral.

Si se rotula como populistas a todos estos fenómenos es porque su discurso reivindicativo siempre se basa en el intento mesiánico de redimir al sufrido pueblo nacional al que se considera víctima inocente de las injustas agresiones padecidas a manos de un agente maligno designado como enemigo del pueblo. Este enemigo siempre ha de ser interior, ya sea la oligarquía, las elites, la clase política, el *establishment*, la burocracia, la corrupción, *etc.* Pero además, ese enemigo del pueblo siempre actúa de consuno coaligado colusivamente con algún otro enemigo exterior al que sirve de cómplice interno: los inmigrantes, los negros, los judíos, el imperialismo, las multinacionales, los "mercados", la banca internacional, el FMI, los eurócratas, los "hombres de negro", *etc.* De ahí que la estrategia populista tanto de derechas como de izquierdas recurra siempre al victimismo para justi car la guerra santa contra los enemigos del pueblo: lo hace Podemos cuando denuncia a la casta política y lo hace el *tea party* cuando maldice a la elite federal; y, por supuesto, lo practica tanto el secesionismo catalán que execra a "Madrit" como el euroescepticismo británico que condena a Bruselas.

Ahora bien, si hemos de atender al contenido argumental del discurso populista, también habría que considerar populismo a los discursos electorales de los viejos partidos elitistas de la casta política, pues todos incurren desde antiguo en el mismo victimismo justi cador. En España el PP siempre ha hecho populismo victimista de la peor especie contra el PSOE de González o el de Rodríguez Zapatero. Y el PSOE le he pagado con la misma moneda haciendo victimismo populista tanto contra Aznar como contra Rajoy. Y no digamos los nacionalistas catalanes, vascos y gallegos, cuya única argumentación discursiva es culpar crónicamente a Madrid de todos los males habidos y por haber. De modo que el discurso populista, que es su principal herramienta de márketing electoral, no nos sirve como criterio de demarcación para diferenciar los nuevos partidos emergentes de los viejos partidos elitistas. Por eso hay que buscar algún otro rasgo diferencial que nos explique la clave del éxito electoral populista.

Y aquí es donde interviene su nueva estructura organizativa y su nueva estrategia comunicativa que los identi can como partido *low cost* por analogía con las nacientes *start ups* del mundo empresarial. Ante la esclerotizada madurez de la competición electoral, donde un cártel de pocas grandes empresas se reparten en cuotas segmentarias el saturado mercado del voto popular, se abrió la oportunidad de que irrumpiese una nueva generación de emprendedores políticos que, dotados de nuevas herramientas de márketing, fueran capaces de romper el mercado abriendo nichos inéditos mediante la oferta de nuevos productos políticos más capaces de responder a las demandas

insatisfechas de los electores, que se sentían decepcionados con la nula respuesta obtenida de las grandes empresas. Unos emprendedores políticos que además han sabido competir con ventaja con los grandes partidos gubernamentales, ofreciendo a los ciudadanos mejores ofertas políticas a menor coste. Y esto de la misma manera que las nuevas líneas aéreas de precios bajos (EasyJet, RyanAir, etc.), las nuevas cadenas de ropa informal (Zara, H&M), los nuevos abastecedores del hogar (Ikea, Leroy Merlin) y del ocio (Fnac, Decathlon), los grandes proveedores por internet (eBay, Amazon) o los nuevos medios electrónicos de comunicación de masas (Facebook, Twitter) fueron capaces de desbancar a las compañías aéreas de bandera, a las empresas familiares de solera, a los grandes almacenes de prestigio o a las cabeceras de prensa más reputadas, llevándoles a la ruina.

La ventaja competitiva de las empresas *low cost* se funda en dos factores, según el modelo de Michael Porter (2011). De una parte, la reducción de costes que se obtiene por simpli cación organizativa y por reestructuración funcional, así como por el recorte salarial logrado gracias a la deslocalización, la externalización, la temporalidad, *etc.* Y de otro lado, por la diferenciación singular del producto ofertado, en razón de su estilo de diseño, innovación tecnológica, imagen de marca y márketing publicitario. Pues bien, apliquemos estos principios a los partidos emergentes.

En cuanto a la reducción de costes, lo que caracteriza a los partidos *low cost* es que se basan no en la profesionalización política, como los "partidos-cártel" que cuentan con un abultado organigrama de cargos en nómina y contratan costosas asesorías demoscópicas y publicitarias, sino en el voluntariado *amateur* y colaborativo de activistas altruistamente comprometidos con la causa. Y respecto a la diferenciación del producto, su sello de marca es el uso masivo de las llamadas redes sociales que hoy monopolizan el prestigio mediático, así como otras herramientas de márketing viral basadas en el factor sorpresa del ciberacontecimiento con profusión de las *ashmobs* que identi can y caracterizan al ciberactivismo de la llamada revolución digital[73]. Y aquí destaca por supuesto el gran éxito obtenido por el empresario italiano Gian Roberto Casaleggio, experto en márketing por Internet, como director estratégico del Movimento 5 Stelle y conductor del *blog* de Beppe Grillo, al que lanzó al estrellato político impulsándole a alcanzar la mayoría relativa en las elecciones generales italianas de 2013.

EL FACTOR 'ANTI-ESTABLISHMENT'

Pero su habilidad en el uso sistemático de las nuevas tecnologías en red no es más que una herramienta, un recurso táctico, un medio puesto al servicio de un n que constituye su objetivo estratégico principal. Aquí es donde interviene el célebre "discurso", imagen de marca del populismo que, según su principal teórico, Ernesto Laclau (2005), constituye la clave de su éxito político a la hora de obtener e imponer su hegemonía cultural en el sentido de Gramsci. ¿De qué clase de discurso estamos hablando? Ya me he referido antes al victimismo populista, basado en la fabricación discursiva de un enemigo del pueblo, que constituye su retórica principal. Para ello se diseña un relato polarizador que trata de cohesionar a un conjunto muy heterogéneo de clases populares y fracciones subalternas de clase cuyo común denominador es creerse víctimas por igual del enemigo de pueblo, creando una divisoria arti cial entre los de arriba y los de abajo, la oligarquía y el pueblo, la casta y la gente. Pero si descontamos toda la palabrería de "signi cantes vacíos" con que Laclau pretende vestir la gramsciana construcción de una voluntad general o una comunidad popular, lo cierto es que en la práctica se trata de la misma estrategia de atracción interclasista que ya vimos descrita por Kirchheimer (1966) en su célebre artículo sobre los partidos "atrápalo todo" *(catch-all party)*. O sea, el bien conocido márketing electoral que con ere ventaja competitiva en el mercado del voto, solo que disfrazado con fraseología gramsciana de hegemonía cultural. Justo lo mismo que le diseñó Ross Reeves al general Eisenhower en su campaña de 1952.

Ahora bien, en la política de *low cost*, el discurso no lo es todo, pues aún más importante es el recurso a la imagen de marca basada en la personalización del candidato *(personal brand)*, presentado como un *outsider* imprevisible y extraordinario: un cisne negro, un perro verde, un mirlo blanco. Aquí es donde quizá resida la más signi cativa diferencia entre los "partidos-cártel" y los partidos *low cost*, pues los primeros solo presentan candidatos apropiados y convencionales, a ser posible de elevada formación y perfectamente adecuados para ocupar cargos públicos. Es decir, *insiders* pertenecientes al *establishment* (Jones, 2015). Mientras que en cambio los partidos *low cost* presentan candidatos atípicos, imposibles y extravagantes, que nunca podrían dar el per l adecuado para ocupar cargos o ciales porque son de baja extracción o carecen de la cuali cación exigible. O sea, *outsiders* situados en las antípodas sociales del *establishment*.

El ejemplo más conocido, y más respetable, es el de Barack Obama, por supuesto, cuya muy elevada improbabilidad de que pudiera

acceder a la presidencia (“¡un negro en la Casa Blanca!”) le confería una extraordinaria notoriedad (una gran cantidad de información), generándose unas increíbles expectativas y convirtiendo al impensable suceso en la gran noticia del siglo. Pero tras su ejemplo ha surgido una legión de malos imitadores, a cual más estrambótico, atrabiliario ychocante: Beppe Grillo, Nigel Farage, Boris Johnson, Pablo Iglesias o el más peregrino y delirante, Donald Trump. Es un caso extremo de personalización política de bajo coste, donde la reputación ya no se adquiere ganándose el crédito y la con anza de los líderes de opinión sino adquiriendo celebridad popular en la arena mediática de debate, tras protagonizar ruidosos escándalos verbales. Esto hace que el liderazgo *low cost* se parezca al *casting* de “Gran Hermano”, convirtiendo la “democracia de audiencia” de Manin en un *reality show*. Pues al igual que las *celebrities* que copan las redes sociales solo deben su fama no a lo que hacen sino a su mera (¡y dudosa!) celebridad, también los líderes *low cost* deben su reputación no a sus méritos políticos sino a la imagen de marca lograda tras haber acumulado una carrera mediática jalonada por sonoros golpes de efecto por sorpresa. Y el mejor ejemplo es el caso español, protagonizado por líderes como Albert Rivera, quien nació a la política por un anuncio en el que aparecía desnudo, o como Pablo Iglesias, diestro en torear a la casta política sin más armas que su mucha labia y su coleta goyesca.

Aquí tenemos el principal factor de semejanza entre los populismos de derecha y de izquierda, que permite asimilarlos por igual como clasi cables en el tipo de los partidos *low cost*. Sea cual sea su ideología discursiva, presentan candidatos *outsiders* o “anormales” que no forman parte de la clase política “normal” y representan su antítesis misma, pudiendo exhibir ante los electores desinformados la genuina imagen de la autenticidad. Ese es su gran atractivo mediático porque siempre son noticia, de puro excepcionales e imprevistos, y por tanto esa es su mayor ventaja competitiva desde el punto de vista del márketing electoral, dado que les proporciona, al menos a corto plazo, una gran popularidad. Y eso es así porque los partidos *low cost* se presentan como el “antipartido-cártel”, que se caracterizaba por dedicarse a ocupar cargos públicos institucionales o estatales, abandonando a su suerte al electorado. Mientras que el partido *lowcost* está compuesto de activistas procedentes de los movimientos sociales y las clases populares, contribuyendo a salvar así la abismal distancia que separa al Estado de la sociedad civil, dado su profundo divorcio tal como hemos podido ver con Peter Mair.Y eso es precisamente lo que constituye su gran atractivo político: el de aparecer como una forma distinta de hacer política que se halla en las antípodas de los peores vicios atribuidos al denostado *establishment* político actual. De modo que, si solo fuera por

eso, habría que felicitarse de que el populismo haya devuelto un cierto atractivo a la democracia representativa, recuperando parte del menguante interés y afecto popular.

DILEMAS POPULISTAS

Pero si los dos populismos de derecha e izquierda parecen análogos, porque ambos se atribuyen por igual la capacidad de superar la vieja política corrupta del cártel de partidos, debemos preguntarnos cuál es la diferencia especí ca que nos permite distinguir uno del otro, más allá de sus respectivos discursos y retóricas justi cadoras. Y aquí se debe reconocer que todavía hay clases, pues los populismos de izquierda y derecha son incomparables entre sí. Es verdad que ambos se presentan como partidos "atrápalo todo", como demuestra su insistencia en succionar y sustraer votos a derecha e izquierda. Pero la gran diferencia entre ambos es que el populismo de derechas desciende genealógicamente de los partidos de cuadros de la democracia de notables cuya peor expresión fue el caciquismo oligárquico, aunque el actual populismo sea un neocaciquismo ya no localista y clientelar sino sensacionalista y viral. De ahí que, como reactivación regresiva de aquel paleo liberalismo decimonónico, el populismo de derechas tienda a rotular sus siglas bajo el paraguas de la etiqueta "liberal", lo que también le permite enmascarar el tufo neofascista de su agenda típica de la extrema derecha.

Mientras que en cambio los populismos de izquierdas suponen una especie de retorno al partido de masas de la edad de oro de la democracia representativa, como revela su patente interés por obtener el *sorpasso* de los partidos socialistas y comunistas, atrayendo a sus votantes en fuga. Y para ello conforman plataformas de la nueva izquierda alternativa, enraizadas en los movimientos sociales y las redes comunitarias de solidaridad de la sociedad civil, que se proponen defender los intereses reales [74] de las clases populares tratando de dar respuesta directa a sus demandas inmediatas. Mientras que por el contrario, los populismos de derechas se inventan falsos problemas (xenofobia, eurofobia) en lugar de dar respuesta a los verdaderos problemas de la gente, limitándose a perseguir a los "diferentes" (las infraclases excluidas de inmigrantes, refugiados, minorías y demás marginados, como las prostitutas tra cadas o los mendigos sin hogar) pero sin defender los derechos e intereses reales de nadie. De ahí que no enlacen con los viejos partidos de masas sino

paradójicamente con el denostado “partido-cártel” (en versión cártel de trá co ilegal), dado que se encierran en su excluyente negativismo polarizador sin ofrecer ninguna respuesta real a las demandas ciudadanas.

Pero que el populismo de izquierdas se presente como potencialmente capaz de regenerar y devolver la vitalidad perdida a los viejos partidos de masas, superando su actual regresión hacia el “partido-cártel”, no signi ca que tenga demasiadas posibilidades de lograrlo sin problemas. Recuérdese que si los partidos de masas declinaron fue porque se reconvirtieron en partidos “atrápalo todo” ante su incipiente declive electoral, tratando de recuperar votantes mediante las herramientas publicitarias del peor márketing político. Pues bien, ese mismo parece el peligro más preocupante que hoy amenaza a los populismos de izquierdas: el de que para competir con posibilidades de éxito en el mercado del voto se crean obligados a recurrir a las más sensacionalistas herramientas de la comunicación política, buscando a cualquier precio el éxito mediático que solo proporciona el factor sorpresa, pero a riesgo de perder así gran parte del crédito ciudadano y la con anza popular que despertaron al nacer como fuerzas políticas emergentes.

Y para ejemplo el caso de Podemos. La inocencia cívica de su primera epifanía, nacida del caldo de cultivo performativo del 15M (Gil Calvo, 2013), pronto se fue agotando conforme empezaron a desplegar su dudosa escenografía de serial televisivo tipo *Juego de tronos*. Y hoy se les identi ca sobre todo por los golpes de efecto que montan por sorpresa, como aquel taimado simulacro mediático que esceni có Pablo Iglesias el 22 de enero de 2016, cuando a espaldas de Sánchez que se entrevistaba con el Rey anunció que le había presentado al monarca su oferta de ocupar la vicepresidencia de un Gobierno de unidad popular. O por campañas publicitarias tan burdamente manipuladoras como el cticio *spot* de Ikea que presentaron a modo de simulacro pretendidamente irónico en la campaña electoral del 26J, sin darse cuenta que ello implicaba un *outing* (una salida del armario) a modo de lapsus freudiano, ya que revelaba su verdadera naturaleza de partido *low cost* . Con semejantes artimañas publicitarias se pierde no solo la inocencia cívica sino también cualquier credibilidad política, pues resulta patente que solo se trata de mera telenovelización en el peyorativo sentido de Bouza (2007). Y todo por aparentar que se obtiene alguna ventaja competitiva en el volátil mercado electoral.

La moraleja de esta historia es transparente: los políticos emergentes solo recuperarán la con anza y el apoyo popular cuando se identi quen de verdad con los problemas reales de la ciudadanía,

renunciando a la política publicitaria de escaparate mediático que les aleja del público y los convierte en estrellas de política-ción. A n de cuentas, esa es la parábola que se extrae del relato evangélico en que Jesús arroja del templo a los mercaderes. O respuesta a las demandas ciudadanas o mercadotecnia electoral: he ahí el dilema. Pues cuando en la alforja no se lleva más que venal afán de lucro político, el viaje emprendido solo conduce del elitismo competitivo al populismo competitivo. Por eso la gente se tira en marcha quedando apartada al margen del camino.

BIBLIOGRAFÍA

BAUMAN, Z. (2003): *Modernidad líquida*, México, FCE. BECK, U. y BECK-GERNSHEIM, E. (2003): *La individualización*, Barcelona, Paidós. BELL, D. (1976): *El advenimiento de la sociedad postindustrial*, Madrid, Alianza. BOUZA, F. (2007): "La telenovelización de la política", en VV AA, *Lo que hacen los sociólogos. Libro homenaje a Carlos Moya* , pp. 363-373, Madrid, CIS.

CROUCH, C. (2004): *Posdemocracia*, Madrid, Taurus. GIDDENS, A. (1996): *Más allá de la izquierda y la derecha*, Madrid, Cátedra. GIL CALVO, E. (2008): *Tragicomedia de la crispación*, Madrid, Taurus. — (2013): "Dramatizar la agenda. La construcción performativa del antagonismo", en M. L. Morán (coord.), *Actores y demandas en España*, pp. 209-238, Madrid, Los Libros de la Catarata.

— (2014): "Del desafecto a la contienda. Crisis, austeridad y ciclo de protesta", *Documentación Española*, 173, pp. 37-55.

HALLIN, D. y MANCINI, P. ([2004] 2008): *Sistemas mediáticos comparados*, Barcelona Hacer. JONES, O. (2015): *El establishment. La casta al desnudo*, Barcelona, Seix Barral. KATZ, R. y MAIR, P. ([1995] 2004): "El partido cártel. La transformación de los modelos de partidos y de la democracia de partidos", *Zona Abierta*, 108/109, pp. 9-42.

KIRCHHEIMER, O. (1966): "The Transformation of the Western European Party Systems", en J. LaPalombara y M. Weiner (eds.), *Political Parties and Political Development*, pp. 177-200, Princeton, Princeton University Press.

LACLAU, E. (2005): *La razón populista*, Madrid, FCE. LIJPHART, A. ([1999] 2007): *Modelos de democracia*, Barcelona, Ariel. LUKES, S. (2007): *El poder. Un enfoque radical*, Madrid, Siglo XXI. MAAREK, Ph. J. (2009): *Marketing político y comunicación*, Barcelona, Paidós. MAIR, P. (2015): *Gobernando el vacío. La banalización de la democracia occidental*, Madrid, Alianza. MANIN, B. (1998): *Los principios del gobierno representativo*, Madrid, Alianza. MARAVALL, J. M. (2008): *La confrontación política,* Madrid, Taurus. MAYER, A, (1984): *La persistencia del Antiguo Régimen*, Madrid, Alianza. MORLINO, L. (2009): *Democracias y democratizaciones*, Madrid, CIS. PEYTIBI, X. (2016): "Videopolítica: de la televisión de Ross Reeves a la Generación YouTube", en R. Sánchez Medero (dir.), *Comunicación política*, pp. 149-175, Madrid, Tecnos.

PORRAS NADALES, A. (ed.) (1996): *El debate sobre la crisis de la representación política*, Madrid, Tecnos.

PORTER, M. E. ([1996] 2011): “Qué es la estrategia”, *Harvard Business Review América Latina*, , pp. 100-117.

POSTMAN, N ([1985] 2001): *Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del ‘show business’*, Barcelona, La Tempestad.

RHEINGOLD, H. (2004): *Multitudes inteligentes (smart mobs)*, Barcelona, Gedisa.

RIZZO, S. y STELLA, G. A. (2007): *La Casta. Così i politici italiani sono diventati intoccabili*, Milán, Rizzoli.

ROSE, R. y MOSSAWIR, H. (1967): “Voting and Elections”, *Political Studies*, 15(2), pp. 173-201.
SÁNCHEZ-CUENCA, I. (2014): *La impotencia democrática*, Madrid, Los Libros de la Catarata. SARTORI, G. (1998): *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus. TASCÓN, M. y QUINTANA,Y. (2012): *Ciberactivismo*, Madrid, Los Libros de la Catarata.

LOS AUTORES DE LA OBRA

Enrique Gil Calvo Doctor en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid, donde ejerce como catedrático de Sociología. Sus especialidades son la sociología política, comunicación política y sociología de la edad, el género y la familia. Fue Premio de Ensayo Anagrama por el libro *Lógica de la libertad* (1977), Premio Espasa de Ensayo por *Estado de esta* (1991) y Premio Internacional de Ensayo Jovellanos por el libro *La ideología española* (Ediciones Nobel, 2006). Ha publicado más de 25 libros, destacando entre los más recientes los siguientes: *Medias miradas* (Anagrama, 2000), *Nacidos para cambiar* (Taurus, 2001), *El*

poder gris (Mondadori, 2003), *El miedo es el mensaje* (Alianza, 2003), *Máscaras masculinas*

(Anagrama, 2006), *Crisis crónica* (Alianza, 2009) y *Los poderes opacos* (Alianza, 2013).

Ludolfo Paramio Doctor por la Universidad Autónoma de Madrid, profesor de Investigación del Consejo Superior de Investigaciones Cientí cas (CSIC), en el Centro de Ciencias Humanas y Sociales, y profesor del programa de América Latina del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset. Sus últimas publicaciones han sido las compilaciones *Clases medias en sociedades*

desiguales (*Pensamiento Iberoamericano*, 10, 2012, con Rebeca Grynspan) y *Clases medias y*

procesos electorales en América Latina (Los Libros de la Catarata, 2012), y la monografía *La*

socialdemocracia maniatada: de los orígenes y la edad de oro a la trampa de la crisis de la

Eurozona (Los Libros de la Catarata, 2012).

Juan Manuel Iranzo Doctor en Sociología, ha sido profesor de la Universidad Complutense de Madrid y de la Universidad Pública de Navarra. Coeditor de *Sociología de la ciencia y la tecnología* (CSIC, 1995) y de *Sobre las identidades* (UPNA, 2002), y coautor de *Sociología del conocimiento*

científico (CIS, 1999), su trabajo se encuadra en los estudios sociales de la ciencia y la tecnología, donde aborda la imbricación de las instituciones cognitivas modernas con otros ámbitos sociales como la política, la religión, la ecología y las emociones sociales.

Ana de Miguel

Profesora titular de Filosofía Moral y Política en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.

Ha dedicado gran parte de su trabajo al estudio de las teorías feministas, las teorías de la democracia y los movimientos sociales, sobre los que ha publicado numerosos artículos y libros. Entre sus últimas publicaciones, se encuentran *Neoliberalismo sexual. El mito de la*

libre elección (Cátedra, 2015) y la edición, junto con Celia Amorós, de los tres volúmenes de *Teoría feminista. De la Ilustración a la globalización* (Minerva, 2005).

Ildefonso Marqués Profesor de la facultad de Ciencias de la Educación en la Universidad de Sevilla. Su principal campo de estudio son las clases sociales en España. En Los Libros de la Catarata ha publicado *La movilidad social en España* (2015).

Amparo Serrano

Profesora titular en la facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid. Algunas recientes publicaciones son: *Deconstructing Flexicurity: Towards New Concepts and Approaches*, coordinado con M. Keune (Routledge, 2014) y *El paradigma de la exiguridad en las políticas de empleo españolas: un análisis cualitativo*, coordinado con C. Fernández Rodríguez (CIS, 2014).

Luis Enrique Alonso Catedrático de Sociología en la Universidad Autónoma de Madrid, ha publicado medio centenar de artículos en revistas especializadas y en monografías colectivas. Es autor de la trilogía *Trabajo y ciudadanía: estudios sobre la crisis de la sociedad salarial*; *Trabajo y postmodernidad. El empleo débil* y *La crisis de la ciudadanía laboral*. Otros libros suyos en el ámbito de la sociología económica son *La mirada cualitativa en Sociología*; *La era del consumo, Prácticas de la economía, economía de las prácticas* y *Employement Relations in a Changing Society*, editado con Miguel Martínez Lucio.

María Luz Morán Catedrática de Sociología en el Departamento de Sociología I de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid. Sus publicaciones e investigaciones tratan sobre elites políticas, cultura política y ciudadanía. Es codirectora del GESP en la UCM.

Fermín Bouza

Catedrático de Sociología en la Universidad Complutense de Madrid, ha investigado y publicado sobre comunicación política y opinión pública, en particular en el área de la Agenda-Setting (junto con Maxwell McCombs y el grupo Agenda y Voto). Es miembro fundador de la Asociación de Comunicación Política (ACOP) y ha trabajado en el ámbito empresarial, sindical y político. Es coatuor con Juan José González de *Las razones del voto en la España democrática, 1977-2008* (Los Libros de la Catarata, 2009).

Eduardo Romanos Trabaja como Investigador Ramón y Cajal en el Departamento de Sociología I de la Universidad Complutense de Madrid. Doctor en Ciencias Políticas y Sociales por el Instituto Universitario Europeo de Florencia y ha trabajado como investigador

posdoctoral en las universidades de Trento y Pública de Navarra. También ha sido investigador visitante en las universidades de Nueva York, Gothenburg y Groningen. Sus principales áreas de investigación son la sociología política y la sociología histórica, con un interés particular por los movimientos sociales y la protesta. Entre sus publicaciones más recientes se incluyen artículos en *Journal of Historical Sociology*; *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*; *Social Movement Studies* y *Contemporary European History*.

Igor Sádaba

Doctor en Sociología por la UCM y trabaja como profesor Departamento de Sociología IV de la Universidad Complutense Madrid. Tiene un máster en Teoría Crítica y fue previamente profesor en la Universidad Carlos III de Madrid. Investiga en temas de nuevas tecnologías y sociedad digital, movimientos sociales e innovaciones metodológicas asociadas al espacio *online*. Algunas de sus publicaciones más recientes se encuentran en *Arbor*, *Política y*

Sociedad, *Cuaderno de Relaciones Laborales*, *Teknokultura*, *Documentación Social*, entre otras.

NOTAS

1 * Este texto se inserta en el proyecto Clases medias emergentes y nuevas demandas políticas en América Latina, CSO2012-35852, del Plan Estatal de Investigación Científica, Técnica y de Innovación (MICINN). El texto se apoya en L. Paramio (2002): "La globalización y el malestar en la democracia", *Revista Internacional de Filosofía Política*, 20, pp. 5-23.

2 ** Instituto de Historia, Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC).

3 . Conviene tener en cuenta que la banca de inversión, desde los años ochenta, había desarrollado productos extremadamente complejos gracias a la captación de físicos matemáticos de muy alto nivel, algunos de los cuales, por cierto, lograron enriquecerse con los productos y modelos desarrollados (Weatherall, 2013).

4 . "La cruzada contra el hombre más odiado del mundo", en *El País*, consultado el 13 de noviembre de 2014.

5 . Periódicos tan conocidos como *The Guardian* y *The Independent*. Hasta se ha difundido el *hashtag* #TakeDownJulienBlanc que lo acusa de ser "un depredador sexual racista".

6 . En la misma noticia también se hacen eco de un seguidor español de Blanc. No es un hecho aislado, donde hay negocio hay emprendedores y emprendedoras. España y seguramente otros países tienen también su propio miniBlanc. En estos cursos de machismo a 300 euros se dan consejos del tipo: "no esperes su permiso. Siéntete con derecho para hacer lo que quieres. Pedir permiso es síntoma de inseguridad". En realidad estamos en lo de siempre, ¡cuántas veces no hemos oído estos consejos en el cine o en las novelas? Y no de forma crítica.

7 . Con la crisis económica y tras ella, asistimos a una explosión de programas en diversas cadenas televisivas relacionados con la cuestión del emprendimiento (*Tu oportunidad; Emprende TVE; El aprendiz; Emprendedores e Innovadores; Fábrica de ideas*; etc.).

8 . A partir de la distinción foucaultiana de diversas modalidades de surgimiento del sujeto, Vernant (1989) plantea una reflexión acerca del nacimiento de la individualidad moderna, diferenciando tres categorías de ser humano con las que se han construido históricamente los procesos de individualización: como individuo, como sujeto y como sí mismo (mí). Argumenta este autor que lo característico del proceso de individualización moderna consistiría en la hegemonía de una noción de persona en la que el yo "interior" pasa a ser objeto de descubrimiento, vigilancia e intervención.

Este nuevo individualismo se fundamenta en una radicalización de la norma de autonomía (Ehrenberg, 1998).

9 . Para una elaboración de los modos de regulación de las instituciones europeas, véase, Serrano Pascual, (2005).

10 . El lenguaje, desde la perspectiva de Bakhtin, constituye un importante espacio para la lucha de conceptos. La acepción hegemónica que estos puedan adoptar no sería sino re ejo de la batalla, en la esfera lingüística, entre distintos grupos sociales por el signi cado. La polisemia social (pluralidad de voces) no sería sino re ejo de la plurivocalidad y polifonía y, por tanto, re ejo de la naturaleza dialógica de la realidad y de los usos de las categorías utilizadas que otros han realizado de forma previa). Por ello, las batallas políticas son, en gran medida, luchas de conceptos o de acepciones de los conceptos.

11 . Tal y como muestran los recientes debates en el seno de la investigación histórica (la nueva historia), todo fenómeno social nuevo adquiere un signi cado especí co heredero de un entramado previo de conceptos y de marcos interpretativos que existían con anterioridad (Cabrera, 2001).

12 . Desde este marco adecuacionista, el problema de desempleo era percibido en razón del inadecuado funcionamiento del mercado de trabajo que di culta el ajuste de oferta y demanda de mano de obra y reclama, por tanto, la intervención de los poderes públicos ante el reconocimiento de los fallos del mercado. Esta representación explica que, por un lado, se hayan facilitado espacios desmercantilizados con los que promover el ejercicio pleno de la ciudadanía, esto es, espacios de autonomía frente a las demandas autoritarias del mercado, y, por otro, espacios de encuentro — servicios de colocación— entre demandantes y ofertantes de empleo.

13 . En palabras de Gautié (2002), se trataría de una perspectiva estadística, estandarizada, abstracta, objetiva, global y desindividualizada.

14 . Para un desarrollo más elaborado del contenido de este paradigma, véanse Lindsay y Serrano Pascual (2009).

15 . En España, esta orientación hacia la activación se ha plasmado fundamentalmente en la Ley 44/02, que introduce la formalización de un compromiso de actividad que el solicitante de prestaciones económicas rma con los servicios públicos de empleo y con el que se quiere controlar, de forma más precisa, la disponibilidad del trabajador. A su vez, esta ley prescribe la con guración de itinerarios de inserción individualizados con el demandante de empleo con los que se de nen una serie de medidas dirigidas a facilitar su integración laboral, que pasan a adquirir un carácter obligatorio. Finalmente, esta ley de ne de forma mucho más precisa las condiciones de sanción que resultan del rechazo de una “oferta de colocación adecuada” (Torrents, 2006).

16 . Una de las versiones más ilustrativas de este proceso es la creciente extensión en el seno de las políticas de empleo de los dispositivos de orientación para el empleo. Para un estudio ilustrativo de este proceso, véase Serrano Pascual, Fernández Rodríguez y Artiaga Leiras (2012) y Del Pozo Cuevas (2016).

17 . Para una elaboración más detallada de estos argumentos, véase Fernández Rodríguez y Serrano Pascual (2014).

18 . La mitad de la partida presupuestaria dedicada a estas medidas se orienta a lo que se denomina “medidas de choque”. Dentro de estas medidas, el 40 por ciento se destina a estímulos para la contratación, el 38 por ciento a medidas de emprendimiento y, autoempleo y un 22 por ciento a la educación, formación y a la mejora de la intermediación y empleabilidad (Rodríguez y Ramos, 2016).

19 . Es de uso frecuente en los medios de comunicación españoles la expresión “generación perdida”

con la que se hace referencia no solo a las di cultades de acceso al mercado de trabajo de los jóvenes españoles, sino también a una nueva problemática relacionada con la desafección de los jóvenes de las principales redes de socialización, como son el trabajo o las instituciones educativas.

Las di cultades de acceso de los jóvenes al trabajo o a la vivienda han di cultado su emancipación familiar, y, con esta, han contribuido a alimentar esta concepción de citaria de la juventud.

20 . Este grupo social (los ninis) ha sido construido como una totalidad coherente y fenómeno homogéneo, cuyo rasgo común vendría de nido por una actitud compartida de desafección hacia el trabajo (y los medios legítimos de integración social, trabajo y formación). Sin embargo, el colectivo "ni-ni" (jóvenes que no estudian ni trabajan, ni lo intentan, ni cuentan con incapacidad por enfermedad y que no asumen cargas familiares) representa tan solo el 1,73 por ciento del total de población entre 16 y 29 años (Navarrete *et al.,* 2011: 14). Por otro lado, y a pesar de la creciente popularidad de esta categoría, el concepto de *ninis (neet)* adolece de una falta de acuerdo en su de nición, di cultando la tarea de realización de investigaciones comparativas transculturales. Se compone de un grupo de personas en situaciones muy heterogéneas, por lo que el signi cado de esta situación y su (establecido) vínculo con situaciones de desánimo o apatía es función de las características sociodemográ cas de estos jóvenes (género y edad) (ILO, 2015).

21 . El uso retórico de esta categoría refuerza la posición simbólica de los empleadores. Un buen ejemplo de este uso político de la categoría de nini para impulsar medidas de desregulación del trabajo lo constituyen las conocidas declaraciones de la presidenta del Círculo de Empresarios, Mónica de Oriol, en marzo del 2014, en las que se reclamaba la reducción de los costes de despido, las prestaciones por desempleo y los salarios, la reducción de empleos en la Administración Pública y una rebaja de cotizaciones para las empresas en el marco de la reforma scal como un medio para facilitar el "sacar a los ninis del limbo en el que viven": "Esta propuesta ayudaría a muchos de estos jóvenes a salir del 'limbo' en el que se encuentran por no trabajar ni estudiar […] no incentivan la búsqueda activa de empleo y favorece situaciones de 'parasitismo'"

(http://www.rtve.es/noticias/20140424/circulo-empresarios-pide-personas-sin-formacion-cobren-

menos-del-salario-minimo/926362.shtml) (25/04/2014).

22 . Tal y como plantean Rodríguez-Soler y Verd (2015) entre septiembre de 2014 y abril de 2015, siete de cada diez contratos boni cados (76,5 por ciento) han sido de carácter temporal. Estas iniciativas parecen estar contribuyendo a la precarización del empleo para el colectivo de jóvenes y pueden inducir trayectorias "pasivas" de los jóvenes desempleados de tránsito errático entre estas medidas híbridas o de incentivación a la contratación, sin garantizar la inserción estable de este colectivo.

23 . Las medidas que contempla el programa de garantía juvenil para promover el emprendimiento suponen una de las partidas más signi cativas y contemplan, entre otras, las siguientes iniciativas: tarifa plana para autónomos; compatibilización de la prestación por desempleo con inicio de actividad emprendedora; capitalización de la prestación por desempleo; "segunda oportunidad"

(posibilidad de acceder a la reanudación del derecho a una prestación por desempleo tras darse de baja en el RETA, siempre que no hayan transcurrido cinco años desde el alta en dicho Régimen); fomento de la cultura emprendedora; creación de o cinas en los Servicios Públicos de Empleo especializadas en el asesoramiento y acompañamiento del nuevo emprendedor (Rodríguez y Ramos, 2016).

24 . El fomento del emprendimiento está planteándose como estrategia prioritaria con la que favorecer la inserción social y salir de la crisis del mercado de trabajo. Sin embargo, es muy cuestionable el papel del autoempleo o emprendimiento como factor de éxito económico, tal y como muestra el importante porcentaje de trabajadores pobres en el seno de este colectivo (Pereira, 2010; Santos, 2014; ETUI, 2015).

25 . Un ejemplo es la posición del vicepresidente de la Comisión Europea, Antonio Tajani, responsable del área de emprendimiento e industria: "Convertirse en emprendedor y hacer realidad una vision supone un gran riesgo y esfuerzo personal. Los empresarios son los héroes de nuestro tiempo"

(traducción propia).

26 . De forma continua y reiterada, desde principios del año 2013, se multiplican en España los programas, artículos o anuncios que convierten la lucha contra el desempleo en una lucha contra la aversión al riesgo (por ejemplo, el periódico *El País* comenzaba uno de sus artículos sobre el emprendimiento con la frase: “Han borrado de su diccionario la palabra miedo”, *El País*, 01/06/2013).

27 . Para una interesante discusión acerca del papel de las fuerzas del mercado o del gobierno y sus políticas industriales en la emergencia y extensión de la innovación, véase la discusión Mazzucato (2013) versus Mingardi (2015). Más allá de la cuestión de la responsabilidad del mercado y de sus representantes institucionales frente a la sociedad, se encuentra la inadecuación de los términos bajo los que se está articulando el debate acerca de la regulación del mercado y que contrapone la actividad gubernamental con el funcionamiento del (“libre”) mercado. En esta narrativa, el papel del Gobierno se restringiría únicamente a corregir los disfuncionamientos del mercado. Tras este debate, se discuten cuáles son los factores que explican el éxito de determinadas iniciativas emprendedoras. Independientemente de su posición de partida, esta discusión pone en evidencia el error analítico y político del planteamiento al que invita el paradigma del emprendimiento que hace del éxito económico, una cuestión de mentalidades, y de la actividad gubernamental un freno al funcionamiento del mercado.

28 . El clásico análisis de la sociedad adquisitiva es el de R. H. Tawney (1972) planteado en su origen y primera conformación (¿formulación?), para la conformación de esa sociedad adquisitiva en el entorno actual puede verse la gran panorámica planteada por Aldridge (2013).

29 . Todos estos conceptos provienen del gran sociólogo crítico de los años cincuenta y sesenta del siglo pasado David Riesman (1965). Un análisis a fondo de este modelo y sus transformaciones se encuentra en Alonso (2005).

30 . Este aspecto se encuentra desarrollado en Alonso (2006).Para los cambios inducidos por este proceso de remercantilización sobre la cultura de consumo véanse Featherstone (2007) y Lury (2011

y 2014).

31 . Con carácter general este proceso estaba ya enunciado en Kumar (1995) y Bauman (1998), las relaciones entre precarización del proceso laboral y diferentes formas en el proceso de consumo se pueden seguir en Alonso, Fernández e Ibáñez Rojo (2015).

32 . El modo de regulación posfordista está analizado a fondo en los trabajos pioneros de Boyer (1987), Jessop (1995) y ya con carácter de gran síntesis avanzada Koch (2006).

33 . Para el tema de la individualización asociada a las constitución de una nueva sociedad de riesgo las referencias clásicas son las de Beck (1992 y 1999); Beck y Beck-Gernsheim (2000).

Evaluaciones muy diferentes de este proceso de individualización se encuentran en Bauman (2001), Castel (2006) y Singly (2015).

34 . Para este aspecto del consumo contemporáneo sigue siendo fundamental además de su ya clásica referencia (García Canclini 1995), la versión ampliada y completada para el tema de la interculturalidad y la hibridación que se encuentra en García Canclini (2004).

35 . Para el tema de la sociedad red la referencia introductoria evidente es la de Castells (2001). El tema de las redes de ciberobjetos se desarrolla en Grondin (2011) y para internet de los productos Tascón y Coullaut (2016).

36 . Para los relatos de la vida cotidiana del neoliberalismo sus prescripciones, su crisis y sus discursos disciplinarios, véase Gil Calvo (2009 y 2013).

37 . El tema del monopolio radical y el consumo obligado como consecuencia de un modelo privatista y sobrecapitalizado son temas centrales en obras de Ivan Illich editadas a principios de los años setenta que se pueden volver a encontrar en, por ejemplo: Illich, (2011 y 2015), la actualización, discusión y generalización de los argumentos de Illich se encuentra en Caillé y otros (2011).

38 . El tema de los objetos nómadas, la hiperindividualización y personalización de los objetos (y en general de la cultura) de consumo se desarrolla en Attali (2003).

39 . El tema de la crisis, erosión, transformación, fragmentación, etc., *etc.* de las clases medias ha producido en los últimos años gran cantidad de literatura en ciencias sociales con diferentes enfoques y sobre aspectos diversos, pueden verse los siguientes trabajos: Chavel (2006), Gaggi y Narduzzi (2006), Maurin (2009), Cowen (2014) y Hernádez (2014).

40 . Para el proceso de virtualización de la sociedad de consumo actual la referencia clásica es Turkle (1997). Para los nuevos discursos de la sociedad de consumo y su tendencia a una mayor semiotización: Alonso y Fernández Rodríguez (2013).

41 . El tema del monoculturalismo plural esta desarrollado con especial brillantez en Sen (2007).

42 . Sobre los planteamientos legitimadores del nuevo capitalismo neoliberal, la referencia necesaria es la de Boltanski y Chiapello, (1999). En lo que se re ere a la ética posmoderna de la sociedad de consumo actual Bauman (2007 y 2010).

43 . Sobre el tema del trabajo del consumo, el prosumidor y la autoproducción —acabado, programación, autoservicio— de los bienes de consumo, véase Dujarier (2014).

44 * Este trabajo recoge parte de los resultados de la investigación “¿Rede niendo la ciudadanía? El impacto de la crisis socioeconómica en las bases de legitimación del Estado de bienestar”

(CSO2012-30773), nanciada por el Ministerio de Economía y Competitividad, de cuyo equipo investigador he formado parte.

45 . Me re ero al documental *El espíritu del 45* (2013), dirigido por Ken Loach.

46 . La estrecha relación entre los procesos de integración social y la ciudadanía ha sido advertida, concretamente, por los estudios de las transiciones juveniles que muestran cómo en las sociedades occidentales contemporáneas alcanzar el estatus de adulto —y, por lo tanto, del de ciudadano pleno — entraña el logro de la autonomía personal, la independencia económica y la constitución de una familia propia (Furlong y Cartmel, 1997; Jones y Wallace, 1992; Morán y Benedicto, 2000).

47 . La cita completa de la tantas veces mencionada frase de M. Thatcher es: “and who is society. There is no such thing! There are individual men and women and there are families and no government can do anything except through people and people look to themselves rst”. Apareció en una entrevista publicada en Woman’s Own el 23 de septiembre de 1987.

48 . “La ciudadanía activa es la capacidad de los ciudadanos de auto-organizarse en una multiplicidad de formas para la movilización de recursos y el ejercicio de poderes en las políticas públicas, y para la protección de derechos con el n de lograr el cuidado y el desarrollo de bienes públicos” (Moro, 2002).

49 . Una prueba de la centralidad que adquirió la re exión sobre la ciudadanía es que, en 1992, se reeditó en inglés el clásico de T. H. Marshall, *Ciudadanía y clase social*. La edición original de la obra era de 1950 y, desde entonces, había quedado prácticamente olvidada en los anaqueles de las bibliotecas universitarias. Pero, a partir de su nueva publicación, se convirtió durante un tiempo en uno de los textos más citados en el análisis sociopolítico.

50 . Para un análisis detallado de las principales críticas a los planteamientos de Marshall, puede consultarse, entre otros, Somers (1999).

51 . En el caso español, destaca la línea de investigación histórica promovida por Manuel Pérez Ledesma (2000).

52 . Se denominan derechos de cuarta generación aquellos que surgen en *la sociedad del conocimiento*, como consecuencia de la revolución en las técnicas de información y comunicación (TIC). Por consiguiente, reformulan fundamentalmente los derechos de libertad de expresión e información, de la intimidad y el honor, y del libre desarrollo personal.

53 . La contribución del pensamiento feminista a las propuestas sobre la ciudadanía es mucho más amplia. Cabría recordar el importante papel jugado por los trabajos sobre la historia de las mujeres que cuestionaron el modelo clásico del Estado de bienestar europeo (Siim, 2000) o los análisis de la exclusión de las mujeres de la política institucional; en concreto, las propuestas para favorecer la *política de la presencia* (Phillips, 1991 y 1999).

54 . Una de las *políticas de la diferencia* más difundidas ha sido el establecimiento de *cuotas de género*

en distintos ámbitos de la vida pública: listas electorales, altos cargos de la administración, consejos de administración de empresas públicas… Sus críticos han insistido en que las políticas multiculturales promueven el relativismo cultural al tiempo que debilitan el pluralismo que fundamenta la ciudadanía democrática contemporánea (Sartori, 2001). Por el contrario, un análisis que de ende el éxito de dichas políticas, en especial en el terreno lingüístico, puede encontrarse, por ejemplo, en Banting y Kymlicka (2003).

55 . La *ciudadanía ecológica* puede considerarse como una forma especí ca de *ciudadanía global* que trata de superar la vieja concepción de ciudadanía, al tiempo que responder a los ataques del neoliberalismo. Su principal característica es acentuar las responsabilidades de la ciudadanía con el entorno, entendidas como unas obligaciones morales no basadas

en la reciprocidad. Quizá su formulación más completa se encuentre en la obra de A. Dobson (2003).

56 . El giro hacia las responsabilidades ciudadanas fue tan evidente que se modi có el texto original de 1918 de la constitución del Partido Laborista británico; en concreto, la cláusula IV. La primera versión a rmaba que los objetivos del partido eran asegurar que los trabajadores disfrutaran plenamente de los frutos de su trabajo, y la distribución equitativa de los mismos sobre la base de la propiedad colectiva. En un congreso extraordinario celebrado en 1995, se sustituyó por la siguiente declaración: "El Partido Laborista es un partido socialista democrático. Cree que mediante la fuerza de nuestro esfuerzo común logramos más de lo que logramos solos, lo que nos permitirá crear los medios para que cada uno de nosotros haga realidad su verdadero potencial, y para todos hará posible crear una comunidad en la que el poder, la riqueza y la oportunidad estén en manos de la mayoría, no de la minoría, en la que los *derechos de los que gozamos re ejen las obligaciones que*

tenemos, y en donde vivamos juntos, libremente, con un espíritu de solidaridad, tolerancia y respeto" (traducción propia; énfasis añadido).

57 . "A cambio de la promesa del Estado de invertir para favorecer las oportunidades económicas, se hace un mayor hincapié en las responsabilidades de los ciudadanos. Concretamente: prepararse para responder a los retos de la globalización económica mejorando su empleabilidad; mantenerse a sí mismos mediante el trabajo remunerado; invertir en sus propias pensiones; y asegurar que sus hijos se comporten de forma responsable" (Lister, 2002: 16; traducción propia).

58 . Otro ejemplo de la doble in uencia de la preocupación por la ciudadanía y del giro neoconservador se encuentra en el modo en que, en estos mismos años, se de nió la ciudadanía europea. Esta se incluyó en la Segunda Parte (artículos 18 a 25) del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea y en el Título V de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea.

59 . Aunque los especialistas señalan que el punto de partida de estas preocupaciones por la seguridad y del desarrollo de una cultura del control se remonta a la década de los años ochenta, su pleno triunfo se produjo en los años posteriores a los atentados contra el World Trade Center en Nueva York, y continúa hasta la fecha. Para un análisis más detallado de este complejo proceso, pueden consultarse, entre otros, Garland (2005) y Wacquant (2010).

60 . Esta es la crítica que ha recibido, por ejemplo, el modo en que J. Soysal (1994) trataba de resolver los problemas que suscita la integración sociopolítica de los inmigrantes en Europa.

61 . La cita completa de Somers es: "Mi principal argumento es que los regímenes de ciudadanía típico ideales democráticos y socialmente inclusivos se basan en un delicado equilibrio de poder entre el Estado, el mercado y los ciudadanos en la sociedad civil, que está mediado por adjudicaciones colectivas en la esfera pública. Un poder desproporcionado del mercado trastorna este equilibrio cuidadosamente construido" (traducción propia, Somers, 2008: 1).

62 . La primera de estas investigaciones fue realizada para el INJUVE y sus resultados están publicados en Benedicto *et al.* (2014). La segunda es la mencionada en la nota a comienzo de capítulo.

63 . En el caso español, la concepción de la responsabilidad es estrictamente individual. Por lo tanto, no parece haber calado, a diferencia de en el Reino Unido, por ejemplo, los discursos sobre las responsabilidades colectivas de los ciudadanos. Sobre el caso británico y, más concretamente, el de los jóvenes véase Lister (2003).

64 . “Un régimen ideacional está compuesto por las narrativas y presunciones públicas que han acabado siendo ampliamente dadas por descontado en la cultura política. Establece los parámetros para lo que se considera como un argumento aceptable en los debates sociales y políticos”

(traducción propia, Somers, 2008: 2).

65 . “Market-driven freedom may only be an illusion, but no matter. As a capacious visión, it has conquered the social imaginary” (traducción propia, Somers, 2008: 4).

66 . Me re ero, por ejemplo, al aumento del interés por la política que evidencian las encuestas de opinión pública en los últimos años.

67 . http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2006/10/10/actualidad/1160468878_850215.html

68 . http://www.europapress.es/internacional/noticia-facebook-compra-whatsapp-cerca-22000-millones-dolares-20141007004852.html

69 . Especialmente reseñables son trabajos como *En el acuario de Facebook. El irresistible ascenso del*

anarco-capitalismo (Colectivo Ippolita, Enclave Libros, 2012) o *El lado oscuro de Google. Historia y*

futuro de la industria de los Metadatos (Colectivo Ippolita, Virus Editorial, 2010). Ambas son investigaciones realizadas por los propios movimientos sociales críticos con el control empresarial monopolístico de la Red.

70 . Que intentó forjar un entramado paralelo al Facebook al calor del 15-M y que consiguió replicar la capacidad estructurante de las redes sociales digitales de manera no mercantil.

71 . P. J. Maarek (2009: 33-35) y X. Peytibi (2016: 149-151).

72 . Quedan fuera de este análisis los populismos de Estado característicos del presidencialismo latinoamericano, de nidos por Leonardo Morlino (2009) como ‘regímenes de movilización’, ya sean claramente autoritarios o híbridos entre la democracia electoral y las democracias iliberal, delegativa o plebiscitaria.

73 . H. Rheingold (2004) y M. Tascón y Y. Quintana (2012).

74 . Utilizo el concepto de “intereses reales” en el sentido de S. Lukes (2007).